

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

Órgão interessado:	SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO
Processo NUP:	00000.0.014185/2025
Regime Legal:	Lei Federal nº 12.232/2.010, aplicando-se subsidiariamente no que couber a Lei Federal nº 4.680/1.965 e a Lei Federal nº 14.133/2.021 e demais normas pertinentes e Decretos Municipais nº 2.400/2023, nº 2.460/2023 e nº 2.461/2023.
Tipo Licitação:	TÉCNICA E PREÇO
Modo de Disputa:	FECHADO
Orçamento SIGILOSO?	NÃO
Exame e Retirada do Edital:	www.portaldecompraspublicas.com.br e https://acessoainformacao.palmas.to.gov.br/cidadao/informacao/sglicitacoes e https://pncp.gov.br/app/editais?q=&status=recebendo_proposta&pagina=1
Local da Sessão:	Comissão de Contratação da Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Licitações – ARSO 61 (603 Sul), Alameda 05 HM, Lote 02, Palmas/TO – CEP: 77.016-366
Data da Sessão:	13/08/2025
Hora da Sessão:	14:h00min (horário de Brasília-DF)
Validade da Proposta	90 (noventa) dias
Informações:	Fone (63) 3212-7243 / 7244 em horário das 13h às 19h. E-mail: compraslicitacoes@palmas.to.gov.br
Agente designado:	Comissão de Contratação , conforme art. 2º do Decreto Nº 2646/2025.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

ÍNDICE

1.	– DO OBJETO	3
2.	– CONDIÇÕES GERAIS.....	4
3.	– DA PARTICIPAÇÃO	6
4.	– DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS	9
5.	– DO CREDENCIAMENTO	14
6.	– APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA	15
7.	– DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.....	22
8.	– APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS	27
9.	– DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS	28
10.	– JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS.....	29
11.	– DA HABILITAÇÃO (Envelope nº 5 – Documentação)	30
12.	– DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA	33
13.	– DA IMPUGNAÇÃO DO ATO CONVOCATÓRIO E DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS.....	34
14.	– DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA	35
15.	– DA HOMOLOGAÇÃO / ADJUDICAÇÃO	35
16.	– DO CONTRATO / EXECUÇÃO / GARANTIA	35
17.	– DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO	38
18.	– DO ACRÉSCIMO E DA SUPRESSÃO DE SERVIÇOS.....	38
19.	– DO PAGAMENTO.....	38
20.	– DAS PENALIDADES.....	38
21.	– FRAUDE E CORRUPÇÃO	39
22.	– DAS DISPOSIÇÕES FINAIS	39
23.	– DO FORO.....	42
	ANEXO I - BRIEFING	43
	ANEXO II – MINUTA CONTRATUAL	49
	ANEXO III – TERMO DE CREDENCIAMENTO.....	70
	ANEXO IV - Declaração de Elaboração Independente de Proposta	71
	ANEXO V - CARTA DE APRESENTAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO.....	72
	ANEXO VI - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO	73
	ANEXO VII - MINUTA DE CARTA DE FIANÇA BANCÁRIA.....	74
	ANEXO VIII COMPROVANTE DE RECIBO DO EDITAL	75
	ANEXO IX - ESTIMATIVA DE PRODUTOS/MATERIAIS E SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS	76
	ANEXO X - PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA.....	87
	ANEXO XI – TERMO DE REFERÊNCIA	90

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

O MUNICÍPIO DE PALMAS ESTADO DO TOCANTINS, por intermédio da Comissão de Contratação da Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Licitações, designada pelo Decreto nº 2.646, de 24 de janeiro de 2025, no uso de suas atribuições legais, conforme o disposto no Decreto nº 2.461, de 15 de dezembro de 2023, torna público aos interessados, que estará reunida no dia, hora e local descritos no preâmbulo deste edital, a fim de receber, abrir e examinar propostas técnicas e de preços, e documentações de empresas que pretendam participar da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº 002/2025**, esclarecendo que a presente licitação e consequente contratação serão regidas pelas normas estabelecidas neste Edital, na Lei Federal nº 12.232/2.010, mediante a aplicação de forma complementar da Lei Federal nº 14.133/2.021, da Lei Federal nº 4.680/1.965, do Decreto Federal nº 57.690/1.966, e das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão).

Esta licitação será do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, observados os critérios de julgamento, descrito nos itens **07 e 10**, deste edital.

Na hipótese de não haver expediente na data acima, fica a presente licitação, automaticamente, transferida para o primeiro dia útil subsequente àquele, na mesma hora e local, salvo por motivo de força maior, ou qualquer outro fator ou fato imprevisível.

1. – DO OBJETO

1.1 – A Presente licitação tem por finalidade a seleção da melhor proposta do tipo técnica e preço, que possibilite, na forma e nos termos deste edital, a **contratação de 03 (três) agências de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, para divulgação dos programas e ações da Prefeitura Municipal de Palmas/TO.**, conforme condições e especificações estabelecidas no presente Edital, bem como em seus anexos.

1.2 – Os serviços compreendem 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 das ações publicitárias de competência da PREFEITURA MUNICIPAL DE PALMAS/TO, aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade, e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, cumprindo uma de suas missões.

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos relativos à execução dos contratos;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias.
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou materiais publicitários criados pelas agências contratadas.

1.2.1.1 – As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.2.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da ANUNCIANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha



**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

ou sem pertinência temática com a ação publicitária;

1.2.1.2 – É vedada a promoção pessoal de qualquer gestor e aplicação inapropriada.

1.2.2 – Os serviços previstos no subitem 1.2.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.3 – Para a prestação dos serviços serão contratadas de 03 (três) agências de publicidade e propaganda, doravante denominada Agência, Licitante ou CONTRATADA.

1.3.1 – Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados por intermédio de agência de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1.965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2.010.

1.3.2 – A agência contratada atuará por ordem e conta da ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1.965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.2.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.3.3 – A agência contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda como objeto principal para a execução de serviços previstos neste item 01 – DO OBJETO.

1.3.4 – A agência contratada atuará de acordo com solicitação da ANUNCIANTE, e observará o disposto nas normas, neste Edital, e no contrato a ser assinado.

1.3.5 As agências contratadas serão submetidas, na execução do contrato, ao Procedimento de Seleção Interna, conforme Anexo X (Procedimento de Seleção Interna).

2. – CONDIÇÕES GERAIS

2.1 – Os invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços serão recebidos como segue: Dia: 04 de agosto de 2025.

Hora: 14:00.

Local: Superintendência de Licitações da Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Licitações, situada na Quadra ARSO 61 (603 Sul), Alameda 05 HM, Lote 02 – Palmas/TO, CEP 77.016-366.

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

2.1.2 – A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 4, e na legislação;

2.2 – Os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão de Contratação.

2.3 – Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Palmas/TO.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

2.4 – Somente poderão participar da presente Concorrência Pública, pessoas jurídicas, especializadas no ramo, legalmente constituídas, que satisfaçam as condições estabelecidas neste edital.

2.5 – A presente licitação ficará a cargo da Comissão de Contratação, a qual competirá:

2.5.1 – Receber os envelopes DOCUMENTAÇÃO e PROPOSTA;

2.5.2 – Examinar a documentação, habilitando ou não os participantes, de conformidade com as exigências do edital;

2.5.3 – Proceder ao julgamento das propostas, exceto as propostas técnicas que serão avaliadas por uma subcomissão técnica, observando os fatores do critério de julgamento, constantes dos itens 07 e 10 deste instrumento;

2.5.4 – Lavrar ata circunstanciada a cada fase do procedimento licitatório, relatando os fatos e decisões que vierem a ser tomadas;

2.5.5 – Informar os recursos que porventura forem apresentados contra os seus atos na presente licitação;

2.5.6 – Submeter à apreciação superior as decisões proferidas pela Comissão, e;

2.5.7 – Promover a divulgação dos seus atos pertinentes ao procedimento licitatório, através do Diário Oficial do Município de Palmas/TO., Estado e em jornal de circulação local, quando exigido por lei.

2.6 – Poderão, a critério da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica, ser relevados erros ou omissões irrelevantes que não resultem em prejuízos para o entendimento da proposta e para o seu julgamento, ou para o serviço público.

2.7 – A juízo da Comissão de Contratação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial é obrigatória:

- a) nas sessões de abertura de invólucros quando exigido por lei;
- b) no Diário Oficial do Município de Palmas/TO.;
- c) no *site* da <https://agenciapalmas.com/>, ou por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento pelas licitantes; e,
- e) em jornal de circulação local quando exigido por lei.

2.8 – O presente Edital contém os Anexos abaixo relacionados, dele fazendo partes integrantes e inseparáveis para todos os efeitos legais:

Anexo I	<i>Briefing</i>
Anexo II	Minuta Contratual
Anexo III	Termo de Credenciamento
Anexo IV	Declaração de Elaboração Independente de Proposta
Anexo V	Carta de Apresentação da Documentação

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

Anexo VI	Planilha de Preços Sujeitos a Valoração
Anexo VII	Carta Fiança Bancária (modelo)
Anexo VIII	Comprovante de Recibo do Edital
Anexo IX	Estimativa de produtos e serviços publicitários
ANEXO X	Procedimento de Seleção Interna
ANEXO XI	Termo de Referência

3. – DA PARTICIPAÇÃO

3.1 – Poderá participar da presente licitação a agência de propaganda que atender às exigências estabelecidas neste edital e seus anexos.

3.2 – A participação na licitação importa total e irrestrita submissão dos proponentes às condições deste Edital e aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos, a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo e que apresentar junto a Comissão de Contratação o Comprovante de Recibo do Edital (Anexo VIII), devidamente preenchido e assinado pelo representante legal da agência de publicidade/licitante.

3.3 – Nenhuma pessoa física poderá representar mais de um interessado na presente licitação. Caso ocorra, serão as respectivas licitantes inabilitadas.

3.4 – NÃO PODERÁ CONCORRER, DIRETA OU INDIRETAMENTE, NESTA LICITAÇÃO, A AGÊNCIA DE PROPAGANDA:

3.4.1 – Cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

3.4.2 – Suspensa temporariamente de participar de licitação ou impedidas de contratar com a Administração Pública (art. 156, §4º, da Lei 14.133/2021);

3.4.3 – Declarada inidônea para licitar ou contratar com Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade (art. 156, §5º, da Lei 14.133/2021);

3.4.4 – Que tenha em seu quadro de funcionários, servidores públicos vinculados ao órgão promotor da licitação, bem assim, a agência ou instituição que tenha em seu quadro societário, dirigente ou responsável técnico que seja também servidor público vinculado;

3.4.5 – Estrangeira que não funcione no País;

3.4.6 – Que não tenha obtido o Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, na data da retirada do edital; e,

3.4.7 – Que não atenda às exigências deste Edital.

3.5 – Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

3.6 – A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência.

3.6.1 – Fica RESSALTADO que o MUNICÍPIO DE PALMAS/TO., a SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO e a COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO não serão, **EM NENHUM CASO**, responsáveis pelos custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

3.7 – É facultado a licitante, a presença do diretor, sócio ou representante legal na sessão de abertura da presente concorrência, ou em qualquer fase da licitação, não excluindo, porém, a exigência de apresentação dos documentos constante dos subitens 11.4.1.1 e/ou 11.4.1.2 do item 11 – DA HABILITAÇÃO, deste edital.

3.8 – Somente terá o direito de usar a palavra, rubricar a documentação e propostas, apresentar reclamações ou recursos e assinar atas, o representante legal da licitante comprovadamente constituído.

3.9 – As licitantes interessadas deverão apresentar no dia, horário e local indicado no preâmbulo do edital à Comissão de Contratação as Propostas Técnicas e de Preço exigidas neste instrumento.

3.9.1 – As PROPOSTAS TÉCNICAS deverão ser apresentadas em 03 (três) invólucros distintos, contendo em suas partes externas os seguintes dizeres:

ENVELOPE Nº 01 – Sem marca ou identificação e sem lacre (fornecido pela Contratante)

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

Comissão de Contratação da Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Licitações

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XXX/2025

ENVELOPE Nº 2 – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

DATA DE ABERTURA: ____ / ____ / 2.025

HORÁRIO: ____:00 horas.

RAZÃO SOCIAL DO PROPONENTE:

CNPJ N.º

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

Comissão de Contratação da Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Licitações

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XXX/2025

ENVELOPE Nº 3 – PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, O REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

DATA DE ABERTURA: ____ / ____ / 2.025

HORÁRIO: ____:00 horas.

RAZÃO SOCIAL DO PROPONENTE:

CNPJ N.º

3.9.1.1 – No invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 6.2 e 6.3.

3.9.1.1.1 – Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

3.9.1.1.2 – Para preservar, até a abertura do invólucro nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro nº 1 não poderá:

- Ter nenhuma identificação;
- Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

c) Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

3.9.1.2 – No invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 6.4.

3.9.1.3 – No Envelope nº 3 deverá estar acondicionado a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 6.5 a 6.10.

3.9.1.3.1 – O Envelope nº 3 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, antes da abertura do Envelope nº 2.

3.9.1.4 – Os Invólucros nº 2 e 3 deverão estar lacrados e rubricados no fecho.

3.9.2 – PROPOSTA DE PREÇO deverá ser apresentada em 01 (um) invólucro distinto e lacrado e rubricado no fecho, com o subtítulo “PROPOSTA DE PREÇOS”, contendo em suas partes externas os seguintes dizeres:

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

Comissão de Contratação da Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Licitações

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XXX/2025. ENVELOPE Nº 4

– PROPOSTA DE PREÇOS

DATA DE ABERTURA: ____ / ____ / 2.025 **HORÁRIO:** ____ :00 horas.

RAZÃO SOCIAL DO PROPONENTE:

CNPJ N.º

3.9.3 – Os DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO deverão ser entregues à Comissão de Contratação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim, em 01 (um) invólucro distinto e lacrado e rubricado no fecho, com o subtítulo “DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO”, contendo em suas partes externas os seguintes dizeres:

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

Comissão de Contratação da Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Licitações

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XXX/2025

ENVELOPE Nº 5 – DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO DATA

DE ABERTURA: ____ / ____ / 2.025

HORÁRIO: ____ :00 horas.

RAZÃO SOCIAL DO PROPONENTE: CNPJ N.º

.....

3.9.3.1 – A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame.

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

3.9.4 – Os invólucros nº 2, 3, 4 e 5 deverão ser providenciados pela licitante e poderão ser constituídos de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que invioláveis, quanto às informações de que tratam, até sua abertura.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

3.9.4.1 – O invólucro nº 1 será padronizado (formato A3) e fornecido previamente às licitantes pela Comissão de Contratação, através da Superintendência de Licitações da Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Licitações, situada no endereço: **ARSO 61 (603 Sul), Alameda 05 HM, Lote 02, Palmas/TO – CEP: 77.016-366** ou Fone (63) 3212-7243 / 7244 em horário das 13h às 19h Palmas/TO, sem nenhum tipo de identificação.

3.10 – Os documentos relativos às Propostas Técnicas e de Preços (**Invólucros nº 3 e 4**) e à Habilitação (**Invólucro nº 5**) poderão ser apresentados em original ou por qualquer processo de cópia, devidamente autenticada por cartório competente, ou por membro da Comissão de Contratação, ou servidor público de outro órgão da administração, ou, ainda, por publicação em órgão de imprensa oficial.

3.10.1 – Visando a agilidade dos trabalhos licitatórios sugerimos que, as licitantes que pretenderem autenticar os documentos via Comissão de Contratação, o façam até 02 (dois) dias antes da data de abertura da licitação, na Superintendência de Licitações da Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Licitações, nos horários e locais previstos no item 22.22 deste edital.

3.10.2 – Para os documentos disponibilizados pela Internet e cuja autenticidade poderá ser verificada via consulta no site correspondente pela Comissão de Contratação, serão aceitas cópias simples.

3.11 – Não serão aceitas documentação e proposta via postal, telefax, protocolo e/ou similares.

3.12 – A Comissão não se responsabilizará por propostas e/ou documentos que não forem entregues diretamente à mesma no horário e data estabelecidos neste instrumento.

3.13 – Deverá ser observado a data e o horário previstos para a abertura da sessão estabelecida no preâmbulo deste edital, para recebimento dos envelopes (proposta e documentação), nenhum documento ou proposta será recebido pela Comissão, ou seja, não será permitida a participação de licitantes após o horário previsto, salvo caso fortuito ou força maior, devidamente comprovados, e a critério da Comissão de Contratação.

4. – DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

4.1 – Serão realizadas 04 (quatro) sessões públicas, para recebimento e abertura dos invólucros de propostas e documentação, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

4.1.1 – A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.1 deste Edital.

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

4.1.3 – A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão no interesse do ANUNCIANTE, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e as obrigações impostas por lei.

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

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



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

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

4.1.7 – Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão de Contratação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

4.1.9 – A Comissão de Contratação poderá promover diligências, nos termos do artigo 64, da Lei Federal nº 14.133/2.021.

Primeira Sessão

4.2 – A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 2.1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 5.1 deste Edital;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

4.2.1 – O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Contratação se não:

- a) Estiver identificado;
- b) Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) Estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

4.2.1.1 – Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 4.2.1, a Comissão de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

4.2.2 – A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) **abrir, examinar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;**
- c) abrir, examinar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 3;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubricas que se fizerem necessário, os documentos constantes nos Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) registrar em ata todos os atos ocorridos nesta sessão e informar às licitantes presentes que estas serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 2.7, preferencialmente por meio do Diário Oficial do Município, com antecedência mínima de 72 (setenta e duas) horas.



**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

4.2.2.1 – A Comissão de Contratação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 4.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

4.2.2.2 – Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Contratação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Contratação poderá desclassificar a licitante identificada, e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase, devendo relatar na Ata da Sessão, quaisquer ocorrências.

4.2.3 – A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, salvo depois dos julgamentos e de eventuais recursos, quando a documentação será juntada aos autos do processo administrativo licitatório, pois deverão constar números de páginas e rubrica do servidor que juntou aos autos.

4.2.4 – Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Contratação.

4.2.5 – Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 4.2.6 e seguintes.

4.2.5.1 – Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Contratação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 2.7, preferencialmente pelo Diário Oficial do Município de Palmas/TO., abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 13.

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

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

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

4.2.7 – Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 7.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

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

4.2.9 – As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 4.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

Segunda Sessão

4.3 – Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as licitantes na forma do item 2.7 deste Edital, preferencialmente por meio do Diário Oficial do Município de Palmas/TO., para participar da segunda sessão pública, com no mínimo 72 (setenta e duas) horas, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) comparar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) abrir e analisar o conteúdo dos envelopes entregues pela Subcomissão Técnica contendo as planilhas de pontuação e atas de julgamento;
- e) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- f) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- g) executar o sorteio previsto no subitem 7.6, quando for o caso;
- h) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 2.7, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 13.

4.3.1 – Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

Terceira Sessão

4.4 – Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes na forma do item 2.7 deste Edital, preferencialmente por meio do Diário Oficial do Município de Palmas/TO., para participar da terceira sessão pública, com no mínimo 72 (setenta e duas) horas, com a seguinte pauta básica:

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



**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

- b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) Apurar a nota final das licitantes utilizando a fórmula prevista no edital para cálculo das vencedoras do certame, conforme item 10.2 deste edital;
- f.1) verificar se as 03 (três) Agências mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica e de Preços possuem o mesmo preço e, caso alguma destas não tenham apresentado a proposta de menor preço dentre as 03 (três) licitantes vencedoras, efetuar com estas a negociação prevista no Art. 6º, §1º da Lei nº 14.133/2021 nos termos da Proposta de menor preço apresentando por uma das vencedoras, com vistas a uniformização do preço;
- f.2) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas e de Preços, até a consecução de acordo para a contratação prevista no presente certame;
- f.3) a ausência do licitante na terceira sessão implica na sua renúncia ao eventual direito de negociar sua proposta de preços, caso seja convocado para tal.
- g) declarar vencedoras, conforme julgamento final das Propostas Técnica e de Preços, as 03 (três) licitantes que tenham obtido a maior NOTA FINAL na apuração da média ponderada entre a Técnica e o Preço, e que tenham negociado o preço nos termos da alínea “f.1”;
- h) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no prazo legal.

Quarta Sessão

4.5 – Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes na forma do item 2.7 deste Edital, preferencialmente por meio do Diário Oficial do Município de Palmas/TO., para participar da quarta sessão pública, com no mínimo 72 (setenta e duas) horas, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

Invólucros nº 5;

e) encerrar a sessão e informar que após análise dos documentos de habilitação pela Comissão de Contratação, que o resultado da fase habilitação será publicado na forma do item 2.7 deste Edital, preferencialmente por meio do Diário Oficial do Município de Palmas/TO., com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no artigo 165, inciso I, alíneas “b” e “c”, da Lei Federal nº 14.133/2.021.

5. – DO CREDENCIAMENTO

5.1 – No dia, horário e local designados para a abertura da sessão pública desta Concorrência, o representante legal da licitante deverá apresentar-se para credenciamento junto a Comissão de Contratação, devidamente munido de documento que o habilite a participar deste procedimento licitatório, conforme Anexo III, respondendo por sua representada, devendo, ainda, no ato de entrega dos documentos de credenciamento, identificar-se exibindo, Cédula de Identidade ou outro documento oficial de identificação com fotografia. Sendo recomendável sua presença com 15 (quinze) minutos de antecedência em relação ao horário previsto para a sua abertura.

5.2 – Considera-se como representante legal qualquer pessoa habilitada pela licitante, mediante estatuto/contrato social, e/ou instrumento público ou particular de procuração (**modelo Anexo III**).

5.3 – O credenciamento será efetuado por meio de:

5.3.1 – Cópia da cédula de identidade ou outro documento oficial de identificação com fotografia do representante legal da empresa licitante (diretor, sócio, superintendente ou procurador estabelecido).

5.3.2 – Estatuto/contrato social, quando a pessoa credenciada for sócia, proprietária, dirigente ou assemelhada empresa licitante, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura;

5.3.3 – Instrumento público de procuração;

5.3.4 – Instrumento de mandato particular, conforme modelo apresentado no **Anexo III**, assinada pelo sócio, proprietário, dirigente ou assemelhada da empresa licitante que comprovem poderes, para que a pessoa credenciada possa manifestar-se em seu nome em qualquer fase deste Pregão, com firma reconhecida em cartório. Neste ato, será examinado por meio do contrato/estatuto social ou procuração, se o outorgante tem poderes para fazê-lo.

5.4 – O documento deverá dar plenos poderes ao credenciado para praticar em nome da licitante todos os atos pertinentes a esta Concorrência, podendo inclusive declarar a intenção de interpor recurso e renunciar ao direito de interposição de recursos.

5.5 – Certidão ou Declaração Expedida pela Junta Comercial ou outra instituição congênere para a finalidade nos termos legais, comprovando a condição de microempresa ou empresa de pequeno porte, com data de emissão não superior a 90 (noventa) dias consecutivos de antecedência da data prevista para apresentação das propostas.

5.6 – O credenciamento na forma disciplinada neste item e a(s) declaração (ões) a que se refere(m) o(s) item(ns) anterior(es) deverão ser entregues fora do(s) envelope(s), antes da sessão.

5.7 – Somente as Licitantes que atenderem aos requisitos deste(s) item(s) terão poderes para manifestar, imediata e motivadamente, e praticar todos os demais atos inerentes ao certame em nome da Proponente.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

5.8 – Considerar-se-á como renúncia ao direito de recorrer dos atos do (a) Comissão de Contratação o Licitante que se retirar antes do término da sessão deixando de assinar a ata.

5.9 – A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

6. – APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Quesitos	Subquesitos
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

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

- Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- Capa e contracapa em papel A4 branco, tipo sulfite, com gramatura de 75g/m² a 90 g/m²;
- Conteúdo impresso em papel A4 branco, tipo sulfite, com gramatura de 75g/m² a 90 g/m², orientação retrato;
- Espaçamento de 02 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir das bordas;
- Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subseqüentes sem recuos;
- Espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entre títulos e entre parágrafos;
- Alinhamento justificado do texto;
- Texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', observado o disposto nos subitens 6.2.1, 6.2.3 e 6.2.3.1;
- Numeração em todas as páginas, situada no canto inferior direito, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- Sem identificação da licitante.

6.2.1 – As especificações do subitem 6.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do



**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

subitem 6.3.3 e à indicação prevista no subitem 6.3.3.5.

6.2.2 – Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e ou tabela, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos';
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado, orientação paisagem. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 6.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

6.2.3 – Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

6.2.3.1 – As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A4 tipo sulfite, com gramatura de 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato ou paisagem ou papel A3 dobrado, tipo sulfite, com gramatura de 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação paisagem.

6.2.4 – Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 6.2.

6.2.4.1 – Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1 (formato A3), cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 3.9.1.1.2, e 4.2.1 e 4.2.1.1., deste Edital.

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

6.2.6 – Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 6.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

6.2.7 – Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 3.9.1.1.2, no subitem 6.2.4.1, na alínea 'c' do subitem 4.2.1 e no subitem 4.2.1.1, todos deste Edital.

6.2.8 – Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

6.2.9 – Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

6.2.9.1 – Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 6.2, no que couber.

6.3 – O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no *Briefing* (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

6.3.1 – **Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto do *Briefing* e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

6.3.2 – **Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no *Briefing*, compreendendo:

a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

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

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 6.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

6.3.3.1 – Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 6.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

6.3.3.2 – Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 6.3.3 e na alínea 'a' do subitem 6.3.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 6.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

6.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 6.3.3:

a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1) Roteiro, leiaute e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio; b2) Protótipo ou 'monstro', para peças destinadas a rádio e internet; b3) *Storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

6.3.3.3.1 – Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

6.3.3.3.2 – Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em pen drive executáveis em computadores pessoais do tipo cartão liso, com dimensões de aproximadamente 8,5 cm x 5,5 cm, na cor branca. A identificação da peça poderá ser impressa no próprio cartão do pen drive ou por meio de adesivo autocolante que se adeque as dimensões do cartão do pen drive, sendo utilizada fonte Arial, cor automático, corpo 12, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

Exemplo de pen drive tipo cartão liso:



6.3.3.3.3 – Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em qualquer desses formatos: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

6.3.3.3.4 – As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, em papel A3 tipo couchê fosco, na cor branca, com gramatura de 90 a 115g/m², orientação retrato ou paisagem a critério da licitante, permitida a impressão colorida, somente das peças, respeitando o limite das margens com espaçamento de 02 cm (dois centímetros) a partir das bordas.

6.3.3.3.5 – Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 6.3.3.

6.3.3.4 – Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 6.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;



**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

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

6.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea “g” do subitem 6.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

6.3.4 – **Estratégia de Mídia e Não Mídia** – constituída de:

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

6.3.4.1 – Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 6.3.3 deverão constar dessa simulação.

6.3.4.2 – Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

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

6.3.4.3 – Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere este item deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação; deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1.965;
- b) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

- c) fica proibida a apresentação dos PI's – Pedido de Inserção.
- d) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

6.4 – A apresentação do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, deverá constituir-se em uma cópia da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa. Esta constará a identificação da licitante, sendo datada e assinada na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento

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

6.5.1 – Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 6.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado, orientação paisagem.

6.5.2 – Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 6.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

6.6 – A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

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

6.7.1 – Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 6.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado, orientação paisagem.

6.7.2 – Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

6.7.3 – Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

6.8 – O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

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

6.8.1.1 – As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01 de janeiro de 2.020.

6.8.1.1.1 – As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pendrive*.

6.8.1.2 – As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 6.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

6.8.1.2.1 – Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

6.8.1.3 – Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 6.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'c' do subitem 7.3.1.

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

6.8.3 – As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo ANUNCIANTE.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

6.9 – A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, texto apresentado em papel timbrado da licitante, formato A4, fonte Arial corpo 12 (doze), cor automático, texto justificado, com espaçamento simples entre as linhas, podendo ser usado parágrafo duplo entre parágrafos e títulos. A configuração das margens, considerando que se utilizará papel timbrado será: Superior – 3,5 cm, inferior 2,5 cm, direita 2 cm e esquerda 2,5 cm, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

6.9.1 – Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 6.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado, orientação paisagem. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 6.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

6.9.2 – Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

6.10 – A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

6.10.1 – Se a licitante apresentar apenas 01 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 7.3.1.

6.10.2 – Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pelo ANUNCIANTE.

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

6.10.2.2 Os Relatos que trata o subitem 6.10 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2021.

6.10.3 – É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pendrive*;

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 6.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

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

6.10.3.1 – Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

7. – DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

7.1 – A Subcomissão Técnica prevista no subitem 12.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

7.2.1 – Plano de Comunicação Publicitária

7.2.1.1 – Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

a) das funções e do papel do ANUNCIANTE nos contextos social, político e econômico;

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do ANUNCIANTE com seus públicos;
- c) das características do ANUNCIANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo ANUNCIANTE;
- f) das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).

7.2.1.2 – Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do ANUNCIANTE e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do ANUNCIANTE com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do ANUNCIANTE;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no *Briefing* e a verba disponível.

7.2.1.3 – Ideia Criativa

- a) a relação de coerência e consequência com que estiver proposto nos itens Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação;
- b) sua pertinência às atividades do ANUNCIANTE e às suas inserções na sociedade;
- c) a qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas;
- d) a qualidade e simplicidade da ideia criativa e a inventividade no uso das mídias;
- e) a exequibilidade das peças; e,
- f) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

7.2.1.4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

- a) Raciocínio estratégico e tático;
- b) Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos;
- c) criatividade e conhecimento demonstrado na definição da estratégia e na escolha dos meios;
- d) pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas;
- e) coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens do Plano de Comunicação.

7.2.2 – Capacidade de Atendimento

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

7.2.3 – Repertório

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

7.2.4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

7.3 – A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

segundo a metodologia a seguir.

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

a) Plano de Comunicação Publicitária: **74 (setenta e quatro)**

a1) Raciocínio Básico: 12 (doze)

Tópico	Pontuação
a) Das funções e do papel do ANUNCIANTE nos contextos social, político e econômico;	de 0 a 02 pontos
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do ANUNCIANTE com seus públicos;	de 0 a 02 pontos
c) Das características do ANUNCIANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	de 0 a 02 pontos
d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;	de 0 a 02 pontos
e) Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo ANUNCIANTE;	de 0 a 02 pontos
f) Das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).	de 0 a 02 pontos

a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 30 (trinta)

Tópico	Pontuação
a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do ANUNCIANTE e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;	de 0 a 05 pontos
b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;	de 0 a 05 pontos
c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do ANUNCIANTE com seus públicos;	de 0 a 05 pontos
d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do ANUNCIANTE;	de 0 a 05 pontos
e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	de 0 a 05 pontos
f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no <i>Briefing</i> e a verba disponível.	de 0 a 05 pontos

a3) Ideia Criativa: 20 (vinte)

Tópico	Pontuação
a) A relação de coerência e consequência com que estiver proposto nos itens Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação;	de 0 a 04 pontos
b) Sua pertinência às atividades do ANUNCIANTE e às suas inserções na sociedade;	de 0 a 04 pontos
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas;	de 0 a 04 pontos
d) A qualidade e simplicidade da ideia criativa e a inventividade no uso das mídias;	de 0 a 04 pontos
e) A exequibilidade das peças;	de 0 a 02 pontos



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	de 0 a 02 pontos
--	------------------

a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 12 (doze)

Tópico	Pontuação
a) Raciocínio estratégico e tático;	de 0 a 03 pontos
b) Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos;	de 0 a 03 pontos
c) Criatividade e conhecimento demonstrado na definição da estratégia e na escolha dos meios;	de 0 a 02 pontos
d) Pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas;	de 0 a 02 pontos
e) Coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens do Plano de Comunicação.	de 0 a 02 pontos

b) Capacidade de Atendimento: 12 (doze)

Tópico	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;	de 0 a 03 pontos
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;	de 0 a 03 pontos
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;	de 0 a 03 pontos
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;	de 0 a 01 pontos
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta;	de 0 a 01 pontos
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	de 0 a 01 pontos

c) Repertório: 06 (seis)

Tópico	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;	de 0 a 02 pontos
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;	de 0 a 02 ponto
c) A clareza da exposição das informações prestadas;	de 0 a 02 pontos

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 08 (oito)

Tópico	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário;	de 0 a 02 pontos
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;	de 0 a 02 pontos
c) A relevância dos resultados apresentados;	de 0 a 02 pontos

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

d) A concatenação lógica da exposição.	de 0 a 02 pontos
--	------------------

7.3.2 – A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

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

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

7.3.3 – A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

7.3.4 – Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as 03 (três) maiores notas.

7.4 – Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não obtiver, na soma total das notas, no mínimo 85 (oitenta e cinco) pontos, sendo no mínimo 65 (sessenta e cinco) pontos para o Plano de Comunicação Publicitária (item 7.3.1, “a”) e, no mínimo 20 (vinte) pontos na soma da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (item 7.3.1, “b”, “c” e “d”);
- c) obtiver pontuação 00 (zero) em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 7.2.1.1 a 7.2.1.4 e 7.2.2 a 7.2.4.

7.5 – Se houver empate que impossibilite a identificação automática das 03 (três) licitantes mais bem classificadas nesta fase, será assim considerada a que obtiver as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 7.2.1, 7.2.2, 7.2.3 e 7.2.4, ressalvada a previsão do item 7.6.

7.5 – Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 4.3 ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação, para o qual serão convidadas todas as licitantes, por meio do Diário Oficial do Município de Palmas/TO.

8. – APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1 – A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) válida por 90 (noventa) dias, a contar de sua apresentação;
- c) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 8.2 e 8.3;



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

d) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 8.2 e 8.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.2 – A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do **Anexo VI**.

8.3 – A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

a) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao ANUNCIANTE as vantagens obtidas.

b) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo II).

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

9. – DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

9.2 – Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta, que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços ou se o valor apresentado na proposta estiver muito abaixo dos preços previstos na tabela de Preços da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO nos termos do artigo 59, inciso III da Lei nº 14.133/2021;

9.3 – Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha de Preços que constitui o Anexo VI, ressalvado que, nos termos do artigo 36, da Lei Federal nº 14.133/2021, não será aceito:

a) desconto inferior a 20 % (Vinte por cento) e superior a 50% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela de Preços da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO;

b) percentual de honorários inferior a 5 % (cinco por cento) e superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos pertinentes à execução do contrato;

c) percentual de honorários inferior a 5 % (cinco por cento) e superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitárias destinadas a expandir os efeitos das mensagens publicitárias, em consonância com novas tecnologias;

d) percentual de honorários inferior a 5 % (cinco por cento) e superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou materiais publicitários.

9.3.1 – Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação considerará o preço por extenso.



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

9.4 – A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

9.4.1 – A Comissão de Contratação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 9.3	$P1 = 1,5 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 9.3	$P2 = 0,5 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 9.3	$P3 = 1,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 9.3	$P4 = 1,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'. 	

9.4.2 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 9.4.1, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$.

9.4.3 A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

9.4.3.1 – Se caso de empate, é considerada a de menor preço a Proposta que apresentar:

- a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos de serviços executados pela agência;
- b) o menor percentual de honorários referentes à produção e a execução técnica de peças e ou materiais publicitários, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores.
- c) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos pertinentes à execução do contrato;
- d) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitárias destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

10. – JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

10.1 – O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo Técnica e Preço.

10.2 – O cálculo da "Nota Final" (NF) dos proponentes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das Propostas Técnicas e de Preços, apuradas pela utilização da seguinte fórmula:



**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

NF = (0,7 x NT) + (0,3 x NP) Onde:

NF é a Nota Final da licitante;
0,7 é a ponderação da Nota Técnica;
NT é a Nota Técnica da licitante;
0,3 é a ponderação da Nota Preço;
NP é a Nota Preço da licitante

10.3 – A Nota Final terá apenas 02 (duas) casas decimais obtidas da aplicação da operação aritmética acima, não se admitindo arredondamento.

10.4 – A classificação dos proponentes far-se-á em ordem decrescente dos valores das Notas Finais, sendo declaradas vencedoras as 03 (três) licitantes que atingirem a maior Nota Final e que restarem habilitadas.

10.5 – Ocorrendo empate será considerado mais bem classificada a licitante que tiver obtido a melhor nota na proposta técnica.

11. – DA HABILITAÇÃO (Envelope nº 5 – Documentação)

11.1 – A Comissão de Contratação convocará as licitantes declaradas vencedoras do julgamento final das fases Proposta Técnica e Proposta de Preço para apresentar os Documentos de Habilitação a fim de atender ao disposto neste item, e julgará habilitadas caso atendam integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

11.2 – Se as licitantes declaradas vencedoras do julgamento final das fases Proposta Técnica e Proposta de Preço restarem inabilitadas, a Comissão de Contratação convocará as licitantes remanescentes, conforme ordem de classificação na fase anterior, observado o disposto do item 11.3 deste edital.

11.3 – Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues em invólucro individual (Invólucro nº 5), devidamente fechado, contendo os documentos elencados a seguir:

11.3.1 – RELATIVAMENTE À HABILITAÇÃO JURÍDICA:

11.3.1.1 – Cópia da cédula de identidade do representante legal (diretor, sócio ou superintendente) da empresa ou firma licitante, caso não haja procurador legalmente constituído, nos termos do subitem seguinte.

11.3.1.2 – Mandato procuratório com firma reconhecida em cartório, acompanhada de cópia da cédula de identidade do outorgado caso o responsável pela proponente seja procurador legalmente constituído, em caso de substabelecimento também deverá estar qualificado, identificado e com firma reconhecida em cartório. O atendimento a este subitem suprime a exigência do item 11.4.1.1, e vice-versa;

11.3.1.3 – Registro comercial, para empresa individual;

11.3.1.4 – Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, para as sociedades empresariais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado dos documentos comprobatórios de eleição de seus administradores ou a publicação no Diário Oficial do Município de Palmas/TO dos referidos documentos;

11.3.1.5 – Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova do registro de ata de eleição da diretoria em exercício (Registro Civil das pessoas Jurídicas) de investidura ou nomeação da diretoria em exercício;

11.3.1.6 – Decreto de autorização, devidamente publicado, em se tratando de empresa ou sociedade

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

11.3.1.7 – Certidão ou Declaração expedida pela Junta Comercial ou instituição congênere, comprovando a condição de microempresa ou empresa de pequeno porte, com data de emissão não superior a 90 (noventa) dias consecutivos de antecedência da data prevista para apresentação das propostas.

11.3.2 – RELATIVAMENTE À REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA:

11.3.2.1 – Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);

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

11.3.2.3 – Prova de Regularidade perante as Fazendas Pública Federal, com jurisdição sobre o local da sede da licitante;

11.3.2.4 – Prova de Regularidade Fiscal perante as Fazendas Publica do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

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

11.3.2.6 – Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho;

11.3.2.7 – Carta de Apresentação da documentação da licitante, assinada por diretor, sócio ou representante da empresa licitante com poderes para tal investidura devidamente comprovada, contendo informações e declarações conforme ANEXO V deste edital;

11.3.3 – RELATIVAMENTE À QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

11.3.3.1 – Certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante.

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

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

11.3.3.2 – Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis dos últimos 02 (dois) anos de exercício, já exigíveis na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da proponente, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação, a saber:

I – Sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, ou em instituição congênere com a mesma finalidade, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (artigo 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1.969);

II – Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1.976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante, ou em instituição congênere com a mesma finalidade, e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, *caput*

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

e § 5º, da Lei nº 6.404/1.976);

III – Sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial ou instituição congênere.

11.3.3.2.1 – As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do responsável por sua contabilidade e a indicação do nome deste e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial ou instituição congênere, da sede ou do domicílio da licitante:

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

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

a) – Comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso: Do balanço referido no subitem 11.4.3.2, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

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

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

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

b) Do balanço referido no subitem 11.4.3.2.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

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

c) Para fins contábeis são expressões sinônimas “exigível a longo prazo” e “passivo não-circulante”.

11.3.3.2.2 – Os índices de que tratam as alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 11.4.3.2.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

11.3.3.2.3 – A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea ‘a’, ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea ‘b’, todos do subitem 11.4.3.2.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico- Financeira deverá incluir no Invólucro nº 05 comprovantes de que possui patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor estimado desta contratação.

11.3.4 – RELATIVAMENTE À QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

11.3.4.1 – Apresentar atestado(s) de capacidade técnica, que comprove já haver a licitante, prestado os serviços pertinentes ao objeto desta licitação, emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado;

11.3.4.2 – Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei Federal nº 12.232/2.010,



**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

artigo 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

11.3.4.3 – Declaração de Elaboração Independente de Proposta, conforme ANEXO IV deste edital;

11.3.4.4 – Quando da apresentação da documentação se a licitante for a matriz, todos os documentos deverão ser apresentados em nome e com CNPJ da matriz;

11.3.4.5 – Se a licitante for filial, todos os documentos deverão ser apresentados em nome e com o CNPJ da filial e, dentre estes, os documentos dos itens 11.4.2.2, 11.4.2.3 e 11.4.2.4 que, em razão da centralização e certidão conjunta, deverão ser apresentados em nome e com CNPJ da matriz que abrangerá todas as suas filiais; e,

11.3.4.6 – Se a licitante for matriz e a fornecedora dos serviços a filial, os documentos deverão ser apresentados em nome e com CNPJ da matriz e da filial, simultaneamente, salvo os documentos dos itens 11.4.2.2, 11.4.2.3 e 11.4.2.4 que em razão da centralização e certidão conjunta deverão ser apresentados em nome e com CNPJ da matriz que abrangerá todas as suas filiais.

11.4 – Não serão aceitos pela comissão “protocolos de entrega” ou “solicitação de documento” em substituição aos documentos requeridos no presente Edital e seus Anexos;

11.5 – De toda documentação apresentada em fotocópia autenticada, suscitando dúvidas, poderá ser solicitado o original para conferência, no prazo de 24 (vinte quatro) horas, registrando-se em ata tal ocorrência.

11.6 – Também motivará a inabilitação para os atos subsequentes da licitação, falta de comprovação do ramo de atividade comercial vinculado aos objetos/serviços descritos nos Anexos constantes deste edital.

11.7 – Será considerado como válido, pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, documento e/ou certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

12. – DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

12.1 – Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas que será de competência da Subcomissão Técnica.

12.2 – As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou *marketing* ou que atuem em uma dessas áreas.

12.2.1 – 01 (um) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o ANUNCIANTE.

12.3 – A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) participantes, previamente cadastrados pelo ANUNCIANTE.

12.3.1 – A relação dos nomes referidos no subitem 12.3 deste Edital será publicada pela Comissão de Contratação no Diário Oficial do Município de Palmas/TO., juntamente com a data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio, a sessão deverá ocorrer 10 (dez) dias após a publicação.

12.3.2 – O sorteio será processado pela Comissão de Contratação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o ANUNCIANTE, nos termos dos subitens 12.2.1 e 12.3.

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

12.3.3 – A relação prevista no subitem 12.3 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o ANUNCIANTE.

12.3.4 – Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 12.3, mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão.

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

12.3.6 – A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 12.

12.3.6.1 – Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos, depois da impugnação, restar inferior ao mínimo exigido no subitem 12.3.

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

12.3.7 – A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, e publicada no Diário Oficial do Município de Palmas/TO., garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 12.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

13. – DA IMPUGNAÇÃO DO ATO CONVOCATÓRIO E DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1 – Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar o Edital de Licitação por irregularidade, devendo protocolar o pedido presencialmente ou através do endereço eletrônico compraslicitacoes@palmas.to.gov.br, até 03 (três) dias úteis antes da data fixada para abertura das Propostas Técnicas e de Preços, devendo a Administração julgar e responder a impugnação, nos termos do artigo 164 da Lei Federal nº 14.133/2.021.

13.2 – Acolhido o pedido de impugnação contra o ato convocatório, será designada nova data para a realização do certame, com publicação no Diário Oficial do Município de Palmas/TO., caso a alteração implique na formulação da proposta.

13.3 – Todos quantos participarem desta licitação têm o direito público subjetivo à observância do pertinente procedimento, nos termos deste edital, da Lei Federal nº 12.232/2.010, da Lei Federal nº 14.133/2.021, e demais normas pertinentes.

13.4 – Decairá do direito de impugnar, perante a administração, os termos deste edital de licitação aquele que, o tendo aceitado sem objeção, vier a apontar, depois da abertura dos trabalhos licitatórios, falhas ou irregularidades que o viciarem, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

13.5 – Dos atos decorrentes da execução deste Edital cabem recursos nos casos e forma determinados pelos artigos 164 e seguintes, da Lei Federal nº 14.133/2.021.

13.6 – O recurso será interposto por escrito no prazo de 03 (três) dias úteis, artigos 164 e 165 da Lei Federal nº 14.133/2.021, a contar da intimação do ato ou lavratura da ata e protocolado junto à Comissão de Contratação.

13.7 – Interposto o recurso, será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 03 (três) dias úteis, por meio de publicação no Diário Oficial do Município de Palmas/TO., conforme o § 4º do artigo

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

165 da Lei Federal nº 14.133/2.021.

13.8 – O recurso será dirigido à autoridade superior por intermédio da Comissão de Contratação, o qual poderá reconsiderar sua decisão em até 03 (três) dias úteis, contados do término do prazo concedido às demais licitantes para oferecimento de possíveis contrarrazões, de que trata o item anterior, ou nesse mesmo prazo, fazê-lo subir devidamente informados, nos termos do § 2º do artigo 165 da Lei Federal nº 14.133/2.021.

13.9 – Subindo o recurso, a autoridade superior proferirá a sua decisão no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados do recebimento do recurso, proveniente da Comissão de Contratação, consoante o § 2º do artigo 165 da Lei Federal nº 14.133/2.021.

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

13.11 – Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a ser indicados, junto a Comissão de Contratação.

13.12 – Os recursos e pedidos de reconsideração terão efeito suspensivo até decisão final da autoridade competente, conforme artigo 168 da Lei Federal nº 14.133/2.021.

14. – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

14.1 – As despesas decorrentes à execução dos serviços objeto deste Termo, para os primeiros 12 (doze) meses estão estimadas em **R\$ 25.633.624,64** (vinte e cinco milhões, seiscentos e trinta e três mil, seiscentos e vinte e quatro reais e sessenta e quatro centavos).

14.2 – O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 estará consignado na Lei Orçamentária Anual de 2025 do Poder Executivo do Município de Palmas/TO, nas seguintes classificações orçamentárias: **24.131.8000-4022**; Natureza da Despesa: **3.3.90.39**; Fonte de Recursos **15000000**.

14.2.1 – Para os próximos exercícios serão consignadas no Orçamento da Prefeitura Municipal de Palmas/TO., as dotações orçamentárias específicas para o atendimento desta contratação.

14.3 – Se o ANUNCIANTE optar pela prorrogação dos contratos que vierem a ser assinados, serão consignados no Orçamento dos próximos exercícios, as dotações específicas ao atendimento do referido contrato.

14.4 – O ANUNCIANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

15. – DA HOMOLOGAÇÃO / ADJUDICAÇÃO

15.1 – Transcorrido o prazo recursal e decididos os recursos eventualmente interpostos, o processo licitatório será submetido à apreciação da autoridade competente, para homologação e adjudicação do objeto às licitantes vencedoras, convocando-se após, as agências respectivas para firmarem as obrigações assumidas mediante contrato, dando-lhe a devida publicação, observado o disposto no item 2.7 deste Edital, preferencialmente por meio do Diário Oficial do Município de Palmas/TO.

16. – DO CONTRATO / EXECUÇÃO / GARANTIA

16.1 – A licitante vencedora terá o prazo de até 03 (três) dias úteis, contados a partir da convocação, para assinar

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo II, e de até 30 (trinta) dias para apresentar a garantia prevista no subitem 16.13 deste Edital e anexos, podendo este prazo, ser prorrogado por igual período a critério da Administração.

16.1.1 – Se a(s) licitante(s) vencedora(s) não cumprir(em) com os prazos estipulados no subitem 16.1, para assinar o respectivo contrato e apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar os contratos em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente das cominações previstas em lei, e o previsto no § 5º, do artigo 90, da Lei Federal nº 14.133/2.021.

16.2 – O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogados nos termos da Cláusula Terceira da minuta de contrato (Anexo II).

16.3 – O ANUNCIANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da minuta de contrato (Anexo II).

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

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

16.6 – A CONTRATADA, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos ao ANUNCIANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam.

16.7 – A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome do ANUNCIANTE, se houver expressa autorização deste.

16.8 – É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente concorrência para qualquer operação financeira.

16.9 – A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º, e seu § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2.010.

16.10 – O ANUNCIANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela contratada, nos termos do subitem 7.10 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo II).

16.11 – A contratada centralizará o comando da publicidade do ANUNCIANTE em Palmas/TO., onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial, observado o disposto no subitem 5.1.2 e 5.1.2.1 da Cláusula Quinta da minuta de contrato (Anexo II).

16.12 – Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela respectiva licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e, quando for o caso, a Proposta de Preços com ela negociada.

16.13 – O MUNICÍPIO DE PALMAS/TO exigirá de cada agência contratada, prestação de garantia de **1,25%**

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

(um inteiro e vinte e cinco centésimos) valor estimado desta contratação, que deverá ser apresentada pela contratada em até 30 (trinta) dias após a assinatura deste contrato, ficando facultado ao ADJUDICATÁRIO optar por uma das seguintes modalidades:

a) Caução em dinheiro, ou em títulos da dívida pública;

- Caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública deverá ser depositado na Conta Caução do Tesouro Municipal. A licitante vencedora deverá dirigir-se a Secretaria Municipal Comunicação para obter informações sobre o referido recolhimento;

- Os Títulos da Dívida Pública deverão ser emitidos sob forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central e avaliados pelos valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

b) Seguro-garantia; ou,

- Caso o licitante vencedor preste garantia por meio de Seguro-garantia, deverá juntar o comprovante de pagamento do prêmio.

- Seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

- A apólice deverá indicar o ANUNCIANTE como beneficiário;

- A apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

c) Fiança Bancária **Não podendo ser fidejussória.**

- Caso o licitante vencedor preste garantia por meio de fiança bancária deverá utilizar o modelo constante do ANEXO VII deste edital;

- Em se tratando de fiança bancária, deverá constar do Instrumento a expressa renúncia pelo fiador dos benefícios previstos nos arts. 827 e 835 do Código Civil.

- Prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

- Expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao ANUNCIANTE, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

- Cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

16.13.1 – Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses do ANUNCIANTE.

16.13.2 – Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato, implicando sua imediata rescisão.

16.13.3 – A garantia prestada pelo contratado será liberada ou restituída após a execução do contrato e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente;

16.13.4 – A garantia poderá, a critério da Administração, ser utilizada para cobrir eventuais multas e/ou para cobrir o inadimplemento de obrigações contratuais, sem prejuízo da indenização eventualmente cabível. Nesta hipótese, no prazo máximo de 20 (vinte) dias corridos após o recebimento da notificação regularmente expedida, a garantia deverá ser reconstituída;



**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

16.13.5 – A garantia ficará retida no caso de rescisão contratual, até definitiva solução das pendências administrativas ou judiciais;

16.13.6 – Sem prejuízo das sanções previstas na lei e neste Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada recusa injusta a assinar o Contrato, implicando na imediata anulação da NE (Nota de Empenho) emitida.

16.13.7 – A garantia prestada será retida definitivamente, integralmente ou pelo saldo que apresentar, no caso de rescisão por culpa da CONTRATADA, sem prejuízo das penalidades cabíveis.

16.13.8 – A garantia será restituída, somente, após o integral cumprimento de todas as obrigações contratuais, inclusive recolhimento de multas e satisfação de prejuízos causados à CONTRATANTE.

16.14 – Na hipótese de prorrogação do contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia escolhida pela CONTRATADA, dentre as modalidades prevista no subitem 16.13, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo, podendo este prazo ser prorrogado a critério da Administração.

17. – DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO

17.1 – O ANUNCIANTE nomeará gestores titulares e suplentes para executar a fiscalização do contrato resultante desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo II).

18. – DO ACRÉSCIMO E DA SUPRESSÃO DE SERVIÇOS

18.1 – Os serviços poderão ser acrescidos ou suprimidos, a critério da CONTRATANTE, nas mesmas condições contratuais, nos limites estabelecidos artigo 125, da Lei Federal nº 14.133/2.021.

19. – DO PAGAMENTO

19.1 – A remuneração à Contratada pelos serviços prestados será feita nos termos da Cláusula Oitava e Nona do Contrato, consoante os preços estabelecidos em suas Propostas de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no subitem 4.4, alíneas 'f' e 'g', deste Edital.

19.2 – A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta do Contrato (Anexo II).

20. – DAS PENALIDADES

20.1 – Será aplicada às licitantes vencedoras multa compensatória de 1% (Um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 14.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei Federal nº 14.133/2.021, diante das seguintes ocorrências:

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

20.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 16.1.1.



**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

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

20.3 – Nenhuma penalidade será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

21. – FRAUDE E CORRUPÇÃO

21.1 – As licitantes deverão observar os mais altos padrões éticos durante o processo licitatório e a execução do objeto, responsabilizando-se pela veracidade das informações e documentações apresentadas no processo, estando sujeitas às sanções previstas na legislação brasileira.

22. – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

22.1 – Fica assegurado à Autoridade competente o direito de:

22.1.1 – Adiar a data de abertura da presente Licitação, dando publicidade aos atos mediante publicação na imprensa oficial e jornal de grande circulação no Estado, antes da data inicialmente marcada, ou em ocasiões supervenientes ou de caso fortuito.

22.1.2 – Revogar esta licitação, por intermédio da autoridade competente, por razões de interesse público derivado de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta e anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de qualquer pessoa, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, sem que caiba direito de qualquer indenização.

22.1.3 – Alterar as condições deste Edital, fixando novo prazo, para a abertura das propostas, a contar da publicação das modificações, nos termos do § 1º, artigo 55, da Lei Federal nº 14.133/2.021.

22.1.4 – Inabilitar a licitante, até a assinatura da nota de empenho e/ou outro documento equivalente, por despacho fundamentado, sem direito a indenização ou ressarcimento e sem prejuízo de outras sanções cabíveis, se vier a ter conhecimento de fato ou circunstância anterior ou posterior ao julgamento da licitação que desabone a habilitação jurídica, as qualificações técnica e econômico- financeira e a regularidade jurídica e fiscal da licitante.

22.2 – Os serviços deverão ser prestados rigorosamente dentro das especificações estabelecidas neste Edital e seus Anexos, sendo que a inobservância desta condição implicará recusa, com a aplicação das penalidades contratuais.

22.3 – Considerando o disposto no art. 195, § 3º, da Constituição Federal de 1.988 e no artigo 2º da Lei Federal nº 9.012/1.995, obrigar-se-á a licitante, caso declarada vencedora, mediante solicitação por parte da administração, a atualizar a Certidão Negativa de Débitos (CND) e o Certificado de Regularidade do FGTS (CRF) ou do documento denominado “Situação de Regularidade do Empregador”, que deverão estar em plena validade no ato da adjudicação e quando da emissão da Nota de Empenho, caso as Certidões apresentadas na fase de habilitação tenham sua validade expirada durante a tramitação do certame licitatório.

22.3.1 – Ainda deverão ser apresentadas as Certidões relativas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e o Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), conforme e nos termos do § 4º, do artigo 91, da Lei Federal nº 14.133/2.021.

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

- 22.4 – O presente Edital e seus Anexos, bem como a proposta do licitante vencedor, farão parte integrante do Contrato e/ou outro documento equivalente, independentemente de transcrição.
- 22.5 – As normas que disciplinam esta Licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre as empresas interessadas, sem comprometimento com a segurança do futuro contrato.
- 22.6 – Aos casos omissos, aplicarão as demais disposições da Lei Federal nº 14.133/2.021, e demais normas pertinentes.
- 22.7 – A participação nesta Licitação implicará aceitação integral e irretratável das normas do Edital e seus Anexos, bem como a observância dos preceitos legais e regulamentares, ressalvados o direito de impugnação e recurso.
- 22.8 – É facultada à Comissão de Contratação, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitação, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.
- 22.8.1 – A Comissão de Contratação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.
- 22.9 – A Comissão de Contratação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.
- 22.10 – A Comissão poderá inabilitar ou desclassificar a licitante vencedora, até a assinatura do contrato, por despacho fundamentado, sem direito a indenização ou ressarcimento e sem prejuízo de outras sanções cabíveis, se vier a ter conhecimento de fato ou circunstância anterior ou posterior ao julgamento final da licitação que desabone a habilitação jurídica, as qualificações técnica e econômico-financeira e a regularidade fiscal do licitante. Neste caso, a Comissão convocará os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, restabelecendo a sessão nos termos do item 11.2.
- 22.11 – Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à ANUNCIANTE.
- 22.12 – É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.
- 22.13 – Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o ANUNCIANTE comunicará os fatos verificados ao Ministério Público, para as providências devidas.
- 22.14 – É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme previsto na legislação brasileira.
- 22.15 – Antes da publicação oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
- 22.16 – Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

22.17 – A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, nos termos do artigo 148 da Lei Federal nº 14.133/2021, sem prejuízo do disposto no artigo 148 da Lei Federal nº 14.133/2021.

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

22.19 – Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão de Contratação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

22.20 – As proponentes serão responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.

22.21 – O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento da licitante, desde que seja possível a aferição da sua qualificação e a exata compreensão da sua proposta durante a realização da sessão pública de licitação.

22.22 – Qualquer pedido de esclarecimento em relação a eventuais dúvidas na interpretação do presente Edital e seus anexos deverá ser encaminhado por escrito à Comissão de Contratação por meio de carta, e-mail, enviados ao endereço abaixo, até 03 (três) dias úteis antes da data da abertura do certame conforme data constante do preâmbulo deste:

Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Licitações - Comissão de Contratação
situada no endereço: ARSO 61 (603 Sul), Alameda 05 HM, Lote 02, Palmas/TO – CEP: 77.016-366, Fone (63) 3212-7243 / 7244 E-mail: compraslicitacoes@palmas.to.gov.br
Segunda a sexta-feira, das 13h às 19h.

22.23 – Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, por meio do *site* <https://agenciapalmas.com/>, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante.

22.24 – A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1), a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

22.25 – Às licitantes interessadas cabem acessar assiduamente o Diário Oficial do Município de Palmas/TO., bem como o *site*: <https://agenciapalmas.com/> para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a esta licitação, pelo qual não poderão alegar desconhecimento.

22.26 – No caso de ausência de solicitação de esclarecimentos pressupõe-se que os elementos constantes deste ato convocatório são suficientes, claros e precisos, não cabendo, portanto, qualquer reclamação posterior.

22.27 – É de responsabilidade da licitante o acompanhamento do edital através do Diário Oficial do Município de Palmas/TO., bem como no *site* <https://agenciapalmas.com/>, até a data da realização da sessão pública de abertura dos invólucros e demais atos até a finalização do procedimento licitatório.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

22.28 – As licitantes interessadas que adquirirem o edital através de email ou qualquer outra fonte deverão remeter o Comprovante de Recibo do Edital, conforme ANEXO VIII, à Comissão de Contratação, sob pena de não notificação de eventuais retificações ocorridas no edital bem como de quaisquer informações adicionais.

22.29 – Quando a empresa participante for Microempresa - ME ou Empresa de Pequeno Porte - EPP serão observado o disposto na Lei Complementar 123/2.006, no que for aplicável.

23. – DO FORO

23.1 – Para dirimir as questões oriundas do presente Edital e não resolvidas na esfera administrativa, é competente o Foro da Comarca de Palmas/TO, por mais privilegiado que outro seja.

Palmas/TO., na data do sistema.

ÉLCIO DE SOUZA MENDES
Secretário Municipal de Comunicação

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2025

ANEXO I - BRIEFING**1. SITUAÇÃO GERAL****1.1. Publicidade Institucional**

A imagem do Município deve ser constantemente reforçada através de campanhas que valorizem as ações positivas e os resultados alcançados, contribuindo para a construção de uma cidade mais engajada e satisfeita com a gestão pública.

Em tempos de rápida disseminação de informações, é imprescindível que a administração municipal utilize as ferramentas adequadas para informar a população sobre as ações governamentais, campanhas de saúde, educação, segurança e outros temas relevantes. A falta de informação pode gerar desconfiança e desinteresse por parte da população.

O correto planejamento e execução de campanhas publicitárias são fundamentais para o sucesso das políticas públicas. Isso inclui a divulgação de programas sociais, eventos e iniciativas que visam o bem-estar da população, que precisam ser amplamente comunicados para garantir a participação e o envolvimento da comunidade.

Informar a população sobre os direitos e deveres é uma forma de promover a cidadania ativa e a participação social.

A publicidade é um instrumento essencial para garantir que os cidadãos estejam cientes das ações do governo, contribuindo para uma gestão mais transparente e responsável.

1.2. Contexto Atual

Palmas, a capital do Tocantins, é a mais jovem cidade planejada do Brasil, fundada em 1989 com o propósito de ser um centro de desenvolvimento e referência em qualidade de vida. Com um crescimento urbano acelerado, Palmas se transformou em um polo econômico e cultural do Norte do país, abrigando uma população diversa e empreendedora.

No entanto, como muitas cidades em expansão, Palmas enfrenta desafios que acompanham seu crescimento. Problemas estruturais como transporte público deficitário, mobilidade urbana limitada, acessibilidade precária, desigualdade no acesso a serviços essenciais e uma economia que ainda precisa se diversificar, são algumas das barreiras para que a capital alcance seu pleno potencial.

A nova gestão assume o compromisso de modernizar a capital, tornando-a uma cidade inteligente, conectada e sustentável. Isso significa investir em infraestrutura urbana, mobilidade eficiente, transporte público de qualidade, acessibilidade universal e digitalização dos serviços públicos. Além disso, a cidade precisa impulsionar o desenvolvimento econômico, fortalecendo setores estratégicos como a indústria criativa, tecnologia, turismo e agronegócio, que podem gerar novas oportunidades e empregos para a população.

Um dos grandes desafios enfrentados é a necessidade de aproximar a gestão pública dos cidadãos, garantindo que a informação sobre políticas públicas, benefícios e programas cheguem a toda a população, especialmente às regiões mais afastadas do centro administrativo. A geografia do município, marcada por uma expansão territorial ampla e bairros distantes, reforça essa dificuldade de comunicação e participação popular.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

Além disso, a influência das redes sociais na forma como as pessoas consomem informação traz desafios adicionais. Hoje, os algoritmos determinam quais conteúdos terão mais alcance, tornando a comunicação institucional um desafio ainda maior. Para garantir transparência e engajamento, a Prefeitura municipal precisa adotar estratégias inovadoras de comunicação, que contemplem tanto os meios tradicionais quanto os digitais, sempre priorizando a inclusão e o acesso democrático à informação.

Com o olhar para o futuro, a campanha publicitária da nova gestão terá o papel de fortalecer esse diálogo com a população, destacando os desafios, apresentando soluções e promovendo maior participação popular. Somente com transparência, inovação e planejamento estratégico será possível construir uma Palmas mais conectada, acessível e preparada para os desafios de uma cidade moderna.

1.3. Principais Compromissos da Atual Administração

A atual administração possui inúmeros desafios, destacando as propostas de soluções da nova gestão e incentivando o engajamento da população nas seguintes áreas prioritárias:

Mobilidade Urbana e Transporte Público

- Ampliação e modernização do transporte público, garantindo maior eficiência, pontualidade e cobertura.
- Implementação de soluções tecnológicas para otimizar rotas, horários e melhorar a experiência do usuário.
- Melhoria na infraestrutura viária, incluindo recuperação asfáltica, construção de ciclovias e calçadas acessíveis.
- Incentivo a meios de transporte sustentáveis, como bicicletas e veículos elétricos.
- Redução dos congestionamentos por meio de um planejamento urbano inteligente.

Saúde

- Ampliação e modernização da rede de atendimento público, garantindo maior acesso e qualidade nos serviços de saúde.
- Uso de tecnologia na gestão hospitalar, otimizando o atendimento e reduzindo filas.
- Expansão dos programas de atenção primária e medicina preventiva, promovendo hábitos saudáveis entre os cidadãos.
- Investimento na capacitação e valorização dos profissionais de saúde.
- Fortalecimento de parcerias com instituições privadas e filantrópicas para ampliar a oferta de serviços.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**Educação**

- Modernização do ensino por meio de tecnologia educacional, garantindo acesso às ferramentas digitais e materiais interativos.
- Capacitação de professores e servidores para melhorar a qualidade do ensino e a gestão escolar.
- Implementação de projetos de inclusão digital para reduzir desigualdades no acesso à informação.
- Incentivo à construção e reforma de escolas, garantindo infraestrutura adequada para alunos e professores.

Sustentabilidade e Coleta Seletiva

- Ampliação e incentivo à coleta seletiva, garantindo maior adesão da população e otimização da reciclagem.
- Implementação de educação ambiental nas escolas e campanhas para conscientizar sobre a importância da sustentabilidade.
- Criação de pontos de entrega voluntária (PEVs) para resíduos recicláveis e lixo eletrônico.
- Desenvolvimento de políticas para o uso racional dos recursos hídricos e combate ao desperdício de água.
- Fortalecimento da fiscalização ambiental para reduzir impactos negativos no meio ambiente.
- Incentivo ao uso de energias renováveis, como a solar e eólica, em prédios públicos e iniciativas privadas.
- Adoção de estratégias de cidade verde, promovendo o reflorestamento urbano e a proteção de áreas naturais.

Tecnologia e Inovação

- Transformação de Palmas em uma cidade inteligente, com implementação de tecnologias para otimizar serviços públicos.
- Digitalização dos serviços municipais para oferecer mais comodidade aos cidadãos.
- Expansão da conectividade, garantindo acesso gratuito à internet em espaços públicos e em comunidades carentes.
- Criação de centros de inovação e apoio a *startups* para fomentar o empreendedorismo digital.
- Uso de big data e inteligência artificial na gestão pública para tornar a administração mais eficiente.

Turismo e Cultura

- Promoção dos pontos turísticos e culturais de Palmas, valorizando a identidade local.



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

- Desenvolvimento do turismo ecológico, com ênfase no Distrito de Taquaruçu, que abriga diversas cachoeiras, trilhas e serras, atraindo amantes da natureza e do ecoturismo.
- Criação e manutenção de infraestrutura para acesso seguro às trilhas e cachoeiras, incentivando o turismo sustentável na região.
- Divulgação de atrativos naturais, como o Lago de Palmas, praias fluviais e parques naturais, fortalecendo a cidade como destino de ecoturismo e lazer ao ar livre.
- Incentivo ao turismo de base comunitária, à economia criativa, apoiando artistas, artesãos e produtores culturais.
- Melhoria na infraestrutura turística, incluindo transporte, hospedagem e sinalização.
- Trabalhar eventos consolidados no calendário cultural da cidade: Palmas Férias, Arraiá da Capital, Festival Gastronômico de Taquaruçu e Natal Cidade Encantada de forma a propor melhorias em suas estratégias de comunicação para ampliar seus impactos e atrair um fluxo de visitantes.

2. DESAFIO DA COMUNICAÇÃO

O principal desafio é a comunicação de forma assertiva de que a atual administração não tem medido esforços para melhorar os serviços prestados à população. A ideia central é transmitir a mensagem de que Palmas, apesar de ser a capital mais nova do Brasil, é uma cidade moderna, inovadora e sustentável, destacando seu potencial de crescimento econômico e qualidade de vida.

A comunicação deverá conseguir fortalecer a identidade da nova gestão, consolidando seus valores de inovação, inclusão e eficiência na administração pública.

A gestão pública enfrenta desafios específicos para garantir que a informação chegue a todos os cidadãos de Palmas, promovendo engajamento e participação ativa. Os principais desafios incluem:

- **Acessibilidade e inclusão digital;**
- **Segmentação e alcance;**
- **Combate à desinformação e fake news;**
- **Engajamento da população;**
- **O algoritmo das redes sociais;**

1. OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

Objetivo Geral:

A comunicação deverá conseguir fortalecer a identidade da nova gestão, consolidando seus valores de inovação, inclusão e eficiência na administração pública, engajando diferentes públicos, desde moradores e empreendedores até turistas e investidores, garantindo que a comunicação atinja todos os segmentos



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

estratégicos.

A Comunicação deverá gerar impacto e adesão aos programas municipais, medindo o sucesso por meio de indicadores como engajamento digital, participação popular e melhoria dos serviços.

Aumentar o acesso à informação a todos os palmenses, independentemente da região onde moram.

Objetivo Específico:

Criar uma campanha publicitária estratégica que fortaleça a comunicação entre a Prefeitura de Palmas e a população, promovendo transparência, engajamento e adesão aos projetos da nova gestão, com foco no desenvolvimento sustentável, inovação e melhoria da qualidade de vida. De forma específica, o desafio reside na necessidade de tornar as ações da gestão tanto perceptíveis, como inquestionáveis, fidedignas e de utilidade pública em detrimento de fontes de informação duvidosas ou mesmo maliciosas.

3. PÚBLICO-ALVO

A campanha deverá ser segmentada para atingir em primeiro lugar toda a população de Palmas, bem como outros públicos secundários, tais como: Empreendedores e investidores, Turistas e visitantes e Jovens e universitários, futuros agentes de transformação da cidade que possuem grande poder de ressonância na comunicação on-line.

4. PRAÇA

As ações da campanha publicitária deverão considerar como praça (área de abrangência) toda a Cidade de Palmas (TO), incluindo tanto a zona urbana quanto às áreas rurais e distritos adjacentes. A comunicação deve ser acessível a todos os cidadãos, garantindo que as informações cheguem a diferentes regiões da cidade.

5. PERÍODO DA CAMPANHA

As ações de comunicação deverão ser propostas para execução em um período de 30 dias.

6. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

A verba máxima a ser utilizada, a título de exercício, será de **R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais)**, contemplando todas as ações e meios de comunicação previstos no planejamento da campanha.

7. MEIO PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

A prefeitura de Palmas possui os seguintes meios próprios de Comunicação: Site: www.palmas.to.gov.br

Facebook: https://www.facebook.com/cidade.palmas/?locale=pt_BR

X: <https://x.com/cidadepalmas>

Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UC8cvTiXKsKwgvQdZ7h0EUEg>

8. CONCLUSÃO

A campanha deverá ser um pilar estratégico para fortalecer a relação entre a prefeitura e a população, garantindo

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

que as ações da nova gestão sejam compreendidas e adotadas. Palmas está pronta para se tornar um modelo de cidade inteligente, sustentável e inovadora, essa mensagem precisa ser transmitida com clareza e força.



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2025

ANEXO II – MINUTA CONTRATUAL

**Contrato de prestação de serviços de Publicidade e Propaganda nº
/2.025, que entre si celebram o Município de Palmas/TO., e a empresa**

O MUNICÍPIO DE PALMAS/TO, ente público, por meio da Secretaria _____, com sede sito na _____, inscrita sob o CNPJ nº _____, neste ato representada pelo seu secretário(a) _____, brasileiro(a), residente e domiciliado(a) em _____, portador da cédula de identidade _____, inscrito(a) no CPF nº _____, doravante denominada **CONTRATANTE/ANUNCIANTE**, e a empresa _____, com sede em _____, na _____, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____, neste ato representada por _____, brasileiro(a), residente e domiciliado(a) no endereço _____, inscrito(a) no CPF/MF sob o nº _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____, doravante denominada **CONTRATADA/AGÊNCIA**, resolvem celebrar o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade, objeto da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 0 ____/2.025**, Processo Administrativo de autos nº _____/2.025, mediante os termos e condições a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA – LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei Federal nº 12.232/2.010, e, de forma complementar da Lei Federal nº 14.133/2.021, da Lei Federal nº 4.680/1.965, do Decreto Federal nº 57.690/1.966, e demais normas aplicáveis à espécie.

1.2 Os serviços do presente contrato serão realizados na forma de execução indireta, e regime de empreitada por preço unitário e passam a fazer parte deste contrato – e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 0 ____/2.025** –, e seus anexos, bem como as Propostas Técnicas e de Preços da(s) CONTRATADA(S).

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1 Os serviços compreendem 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 das ações publicitárias de competência da PREFEITURA MUNICIPAL DE PALMAS/TO, aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade, e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, cumprindo uma de suas missões, conforme condições e especificações estabelecidas no presente Edital o Certame licitatório e neste termo.

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução deste contrato;
- b) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias.



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela CONTRATADA.

2.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do CONTRATANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

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

d) Verificar o apoio popular acerca das campanhas e gestões em todos os níveis de Poder do Executivo do Município de Palmas-TO, suas atuações, satisfação e aprovação da população assistida, com vistas à implementação de políticas públicas e sugestões à legislação orçamentária, vedada a promoção pessoal de qualquer gestor e aplicação inapropriada.

2.1.2 Os serviços previstos no subitem 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações-públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

2.2 A CONTRATADA atuará por ordem e conta do CONTRATANTE, em conformidade com o artigo 3º da Lei Federal nº 4.680/1.965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

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

2.5 As agências contratadas serão submetidas, na execução do contrato, ao Procedimento de Seleção Interna, conforme Anexo X (Procedimento de Seleção Interna).

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

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

3.1.1 O CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do artigo 107, da Lei Federal nº 14.133/2.021.

3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pelo CONTRATANTE, em conformidade com o subitem 7.10 deste contrato.

3.1.3 Havendo prorrogação da vigência, o contrato poderá ter o seu valor reajustado anualmente, tendo como referência a variação do IPCA – Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo, divulgado pelo IBGE, ou outro

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

que venha substituí-lo.

CLÁUSULA QUARTA – RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E VALOR ESTIMADO

4.1 As despesas decorrentes à execução dos serviços expostos na Cláusula Segunda deste Contrato, para os primeiros 12 (doze) meses estão estimadas em **R\$ 25.624.860,94** (vinte e cinco milhões, seiscentos e vinte e quatro mil, oitocentos e sessenta reais e noventa e quatro centavos).

4.2 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 estará consignado na Lei Orçamentária Anual de 2025 do Poder Executivo do Município de Palmas/TO, nas seguintes classificações orçamentárias: **24.131.8000-4022**; Natureza da Despesa: **3.3.90.39**; Fonte de Recursos **15000000**.

4.3 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato serão consignadas nos próximos exercícios, no Orçamento, as dotações específicas ao atendimento do referido contrato.

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

CLÁUSULA QUINTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1 Constituem obrigações da(s) CONTRATADA(S), além das demais previstas em Lei, no Edital do Certame, neste contrato ou dele decorrentes:

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

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

5.1.2.1 A(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Palmas/TO, estrutura mínima de atendimento e departamento de criação, compatíveis com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

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

5.1.4 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

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

5.1.5.1 Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempos e ou espaços publicitários diretamente ou por intermédio da(s) CONTRATADA(S), incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.1.5.1.1 O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à(s)

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

CONTRATADA(S) e a outras agências, nos termos do artigo 18 da Lei Federal nº 12.232/2.010.

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

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

5.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da(s) CONTRATADA(S) e a submeterá(ão) a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

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

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

- I - Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- II - Apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, observado o artigo 14 da Lei Federal nº 12.232/2.010;
- III - Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- IV - A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- V - Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

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

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

5.1.7.3 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a(s) CONTRATADA(S) deverá(ao) apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do Gestor deste contrato.

5.1.7.4 Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:

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

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

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

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

5.1.7.6 As disposições dos subitens 5.1.7 a 5.1.7.5 não se aplicam à compra de tempos e ou espaços publicitários.

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

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

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

II – Dirigente ou empregado da(s) CONTRATADA(S) tenha(m) participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

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

5.1.9.1 A(s) CONTRATADA(S) só poderá(ão) reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.10 Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei Federal nº 12.232/2.010.

5.1.11 Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei Federal nº 12.232/2.010.

5.1.11.1 O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação do CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a(s) CONTRATADA(S).

5.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 06 (seis) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.11.1.2 Ao final do período de 06 (seis) meses, a(s) CONTRATADA(S) apresentará(ão) o novo estudo, que vigorará durante os 06 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.11.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, o CONTRATANTE solicitará novo estudo à(s) CONTRATADA(S) e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

5.1.12 Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do CONTRATANTE, arquivos de mídia, armazenado em nuvem, por meio de *link* protegido por senha, com acesso restrito, que deverá ser mantido pela(s) CONTRATADA(S) até 05 (cinco) anos ao término de vigência do contrato e eventuais prorrogações a serem firmado(s), sem ônus para o ANUNCIANTE:

TV e Cinema: arquivos digitais;

Internet em arquivos digitais;

Rádio: com arquivos digitais;

Mídia impressa e material publicitário: em arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

5.1.13 Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.12, armazenado em nuvem, por meio de *link* protegido por senha, com acesso restrito, sem ônus para a CONTRATANTE.

5.1.14 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo CONTRATANTE.

5.1.14.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 5.1.12.

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

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

5.1.16.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela(s) CONTRATADA(S) à CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.

5.1.16.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

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

5.1.18 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

- 5.1.19 Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a(s) CONTRATADA(S), independentemente de solicitação.
- 5.1.20 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 5.1.21 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º, e seu § 1º da Lei Federal nº 12.232/2.010.
- 5.1.22 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.
- 5.1.23 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.
- 5.1.24 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 5.1.25 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- 5.1.26 Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 5.1.27 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e ao próprio CONTRATANTE.
- 5.1.28 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE.
- 5.1.29 Responder perante o CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.
- 5.1.30 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE.
- 5.1.31 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.
- 5.1.31.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a(s) CONTRATADA(S) adotará(ão) as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
- 5.1.32 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

5.1.33 Não manter, na vigência deste contrato, nenhum encargo de publicidade, promoção ou comunicação de empresa concorrente do CONTRATANTE.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

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

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a(s) CONTRATADA(S);
- b) comunicar, por escrito, à(s) CONTRATADA(S), toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;
- c) fornecer e colocar à disposição da(s) CONTRATADA(S) todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à(s) CONTRATADA(S) e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela(s) CONTRATADA(S);
- e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- f) notificar, formal e tempestivamente, a(s) CONTRATADA(S) sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- g) notificar a(s) CONTRATADA(S) por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.2 A juízo do CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a(s) CONTRATADA(S) apresentou(aram) na concorrência que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.2 O CONTRATANTE designará por meio de Portaria o(s) fiscal(is) titular(es) e suplente(s), sendo este(s) seu(s) servidor(es), para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a(s) CONTRATADA(S), objetivando sua imediata correção. A fiscalização pelo CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da(s) CONTRATADA(S) pela perfeita execução dos serviços.

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

7.4 A(s) CONTRATADA(S) adotará(ão) as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada,



**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o CONTRATANTE.

7.5 A aprovação dos serviços executados pela(s) CONTRATADA(S) ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.6 A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente à irregularidade ou falhas, não exime a(s) CONTRATADA(S) das responsabilidades determinadas neste contrato.

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

7.8 A(s) CONTRATADA(S) se obriga(m) a permitir(em) que a auditoria interna do CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

7.9 À CONTRATANTE, é facultado, o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela(s) CONTRATADA(S).

7.10 O CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela(s) CONTRATADA(S).

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

7.10.2 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO

8.1 Pelos serviços prestados, a(s) CONTRATADA(S) será(ão) remunerada(s) e ressarcida(s) conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1 Honorários de ____% (_____ por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da(s) CONTRATADA(S), referentes à produção e à execução técnica de peças e ou materiais publicitários.

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

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

8.1.4 Desconto de ____% (_____ por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela(s) CONTRATADA(S).

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

8.1.4.1 Os *layout*, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela(s) CONTRATADA(S).

8.1.4.2 A(s) CONTRATADA(S) se compromete(m) a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Tocantins – SINAPRO/TO e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.5, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.1 a 8.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da(s) CONTRATADA(S).

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

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

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

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

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a(s) CONTRATADA(S) fará(ão) jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/1.965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei Federal nº 4.680/1.965, aprovado pelo Decreto Federal nº 57.690/1.966.

9.1.1 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à(s) CONTRATADA(S) pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do CONTRATANTE, nos termos do artigo 19 da Lei Federal nº 12.232/2.010.

9.2 A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE 3% (três por cento) do valor da tabela de preços do veículo de divulgação, já deduzidos os descontos comerciais resultantes de cada negociação, nos termos do Anexo B, das Normas-Padrão do CENP.

9.2.1 Nas veiculações realizadas no exterior, a(s) CONTRATADA(S) apresentará(ão), 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.

9.2.2 Quando a política de preços for similar à praticada no Brasil, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação à base do percentual bruto praticado em cada país, que incidirá sobre os preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

10.1 A(s) CONTRATADA(S) cede(m) 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, conforme disposto no artigo 93 da Lei Federal nº 14.133/2021, e demais normas aplicáveis à espécie.

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

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

10.1.3 A juízo do CONTRATANTE, as peças criadas pela(s) CONTRATADA(S) poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Municipal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a(s) CONTRATADA(S).

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

10.2 Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a(s) CONTRATADA(S) solicitará(ão) dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pelo CONTRATANTE.

10.2.1 A(s) CONTRATADA(S) utilizará(ão) 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 pelo CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 a 10.2.3.

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

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

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

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

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

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

10.5 A(s) CONTRATADA(S) se obriga(m) 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:

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

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo CONTRATANTE, a(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) apresentar:

I - A correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ nº, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II - A primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;

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

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela(s) CONTRATADA(S) à CONTRATANTE, na sede da Secretaria Municipal de Comunicação ou em local previamente indicado de comum acordo entre a Administração e a Contratada.

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

11.1.2 O Fiscal deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela(s) CONTRATADA(S) todas as condições pactuadas.

11.2 A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da(s) CONTRATADA(S):

I - Serviços executados pela(s) CONTRATADA(S):

a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1.

II - Serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1 As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea 'a' do inciso II do subitem 11.2.

11.2.2 Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, rede nacional, além das providências previstas na alínea 'd' do subitem 11.2 a(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.3 Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei Federal nº 12.232/2.010, serão conferidos e atestados pelo Fiscal deste contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela(s) CONTRATADA(S) à CONTRATANTE.

11.3 O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4 Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições dos subitens 9.2.1 deste contrato.

11.5 No tocante à veiculação, além do previsto na alínea 'd' do inciso II do subitem 11.2, a(s) CONTRATADA(S) fica(m) obrigada(s) a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante o CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

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

I - TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

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

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

II - Mídia Exterior:

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

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

II.3 - Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelo sistema Publicidade, demonstrando que veiculou a peça, acompanhado do *print* da tela.

11.5.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

11.5.1 serão estabelecidas formalmente pelo CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.6 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da(s) CONTRATADA(S).

11.6.1 A(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) apresentar, conforme o caso: Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS; Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND; Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional; Certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município; a Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT; e ainda as Certidões relativas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e o Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), conforme e nos termos do § 4º, do artigo 91, da Lei Federal nº 14.133/2021.

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

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

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

11.9 O CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela(s) CONTRATADA(S), que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.10 Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela(s) CONTRATADA(S) em até 05 (cinco) dias úteis após o recebimento da ordem bancária do CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.10.1 A(s) CONTRATADA(S) informará(ão) à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês, com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.10.1.1 Os dados e formato dos controles serão definidos pelo CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento do CONTRATANTE, data do pagamento da(s) CONTRATADA(S), número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.10.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da(s) CONTRATADA(S), até que seja resolvida a pendência.

11.10.2.1 Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação do CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da(s) CONTRATADA(S).

11.10.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, o CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

11.10.2.3 Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempos e ou espaços, o CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela(s) CONTRATADA(S), dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA

1.1 Cada CONTRATADA prestará garantia, em até 30 (trinta) dias após a assinatura deste contrato, em favor do CONTRATANTE, de **1,25% (um inteiro e vinte e cinco centésimos)** do valor contratado, que se estima no valor de R\$ 320.310,76 (trezentos e vinte mil, trezentos e dez reais e setenta e seis centavos), na forma prevista no subitem 16.13, do Edital da Concorrência nº 001/2025, que deu origem a esta contratação.

1.2 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.

1.3 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a(s) CONTRATADA(S) se obriga(m) a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.

1.4 Na hipótese de prorrogação deste contrato, o CONTRATANTE exigirá nova garantia escolhida pela(s) CONTRATADA(S) dentre as modalidades previstas no artigo 96 da Lei Federal nº 14.133/2.024, vedada a fiança fidejussória.

1.4.1 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 20 (vinte) dias, contado da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

1.5 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da(s) CONTRATADA(S), no prazo de 30 (trinta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, pelo Fiscal do contrato, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

1.5.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela(s) CONTRATADA(S), sem justificativa aceita pelo CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas, assegurados o contraditório e a ampla defesa:

- I - Advertência;
- II - Multa de mora e multa por inexecução contratual;
- III - Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com o CONTRATANTE por prazo de até 02 (dois) anos;

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

13.1.1 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à(s) CONTRATADA(S) o contraditório e a ampla defesa.

13.1.2 As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - As multas e advertências serão aplicadas pelo fiscal do contrato;

II - Caberá à CONTRATANTE aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com o CONTRATANTE e propor a declaração de inidoneidade;

III - A aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente à CONTRATANTE;

13.3 A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - Descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II - Outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo do CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.3.1 No ato de advertência, o CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação e ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

13.4 A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.4.1 O atraso sujeitará a(s) CONTRATADA(S) à multa de 1% (um por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida.

13.4.2 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço caracterizará inexecução total deste contrato.

13.5 A inexecução contratual sujeitará a(s) CONTRATADA(S) à multa compensatória de:

I - 10 % (dez por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II - 20 % (vinte por cento), calculado sobre o valor previsto no subitem 4.1, pela:

a) recusa injustificada em apresentar a garantia prevista nos subitens 12.1 e 12.4 deste contrato;

b) inexecução total deste contrato;

c) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização do CONTRATANTE.

13.6 A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração Pública poderá ser aplicada à(s) CONTRATADA(S) se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

prazos e situações:

I - Por até 01 (um) ano:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para o CONTRATANTE;

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3, 13.4 e 13.5 deste contrato;

II - Por até 02 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes do orçamento (OC e PI), depois da solicitação de correção efetuada pelo CONTRATANTE;

c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo o CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

e) apresentação, à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento do CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para contratar com o CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;

g) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento do CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;

h) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso do CONTRATANTE.

13.7 A declaração de inidoneidade será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo do CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.7.1 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada à(s) CONTRATADA(S) se, entre outros casos:

I - Sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II - Demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com o CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;

III - Reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio do

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**CONTRATANTE.**

13.7.2 A declaração de inidoneidade implica proibição da(s) CONTRATADA(S) de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a(s) CONTRATADA(S) ressarcir(em) o CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.8 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a(s) CONTRATADA(S) por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

13.9 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei Federal nº 14.133/2021, incluída a responsabilização da(s) CONTRATADA(S) por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

13.10 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da(s) CONTRATADA(S).

13.10.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pelo CONTRATANTE.

13.11 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à(s) CONTRATADA(S) o contraditório e a ampla defesa.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos no artigo 155 da Lei Federal nº 14.133/2021, e no Edital do Certame.

14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a(s) CONTRATADA(S):

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) for envolvida em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;
- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) não prestar garantia suficiente para o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que o CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no artigo 4º da Lei Federal nº 12.232/2.010;
- j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.10, 11.10.1 e 11.10.2.1 deste Contrato.

14.2 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pelo CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela(s) CONTRATADA(S), previstas no presente contrato.

14.3 Em caso de associação da(s) CONTRATADA(S) com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 A(s) CONTRATADA(S) guiar-se-á(ão) pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1.990) e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2 O CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Município de Palmas/TO., a suas expensas.

15.3 Constituem direitos e prerrogativas do CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei Federal nº 12.232/2.010, da Lei Federal nº 4.680/1.965 e da Lei Federal nº 14.133/2.021, que a(s) CONTRATADA(S) aceita(m) e a eles se submete(m).

15.4 São assegurados ao CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078/1.990 (Código de Defesa do Consumidor).

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

15.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio do CONTRATANTE na internet.

15.6.1 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO

16.1 Fica eleito o Foro da Comarca de Palmas/TO., com renúncia a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir quaisquer dúvidas que possam advir deste Instrumento e que não possam ser resolvidas administrativamente.

E por estarem assim justas e contratadas, assinam o presente em 03 (três) vias, por seus representantes legais, na presença das duas testemunhas abaixo, que também o assinam.

Palmas/TO., aos _____ dias do mês de _____ de 20__.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**Pelo CONTRATANTE:**XXXXXXXXXXXX
Secretário**Pela(s) CONTRATADA(S):**XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Representante legal**Testemunhas:****1ª** _____**2ª** _____

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2025

ANEXO III – TERMO DE CREDENCIAMENTO

TERMO DE CREDENCIAMENTO (preferencialmente em papel timbrado da Licitante)

À
Secretaria de Planejamento, Orçamento e Licitações
Comissão de Contratação

_____, Palmas/TO., CEP: 77.____-____.
Ref.: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 0_/2.025.

Assunto: Credenciamento

Pelo presente instrumento, a agência_____, com sede na _____, C.N.P.J. n.º _____, através de seu representante legal Sr. (a) _____, cargo _____, CREDENCIA o (a) Sr. (a) _____, portador (a) do R.G. n.º _____ e C.P.F. n.º _____, para representá-la perante a SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E LICITAÇÕES na sessão pública da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 0_/2.024**, outorgando-lhe plenos poderes para formular lances e praticar todos os atos inerentes ao certame, inclusive interpor e desistir de recursos em todas as fases licitatórias.

Localidade, ____ de ____ de ____

____ (assinatura) ____ CARGO
R.G. n.º _____

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



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**ANEXO IV - Declaração de Elaboração Independente de Proposta**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 0___/2.025.

À SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E LICITAÇÕES

Comissão de Contratação

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído da (Identificação completa da licitante) doravante denominada licitante, para fins do disposto no item **11.4.4.3** do Edital da Concorrência Pública nº 0___/2.025, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

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

_____(local), ____ de ____ de ____.

Assinatura do Responsável Legal da Empresa, com poderes para tal investidura.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**ANEXO V - CARTA DE APRESENTAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 0__/2.025.
À SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E LICITAÇÕES
Comissão de Contratação

Prezados Senhores,

A empresa/agência....., CNPJ/MF n.º.....,
sediada no endereço....., tendo examinado o Edital, vem apresentar a presente
PROPOSTA e DOCUMENTAÇÃO para a prestação dos serviços nele referido.

Desta forma DECLARAMOS na forma da Lei o que segue abaixo:

1. Está apresentando proposta para prestação dos serviços objeto deste Edital;
2. A nacionalidade da Empresa Licitante é ____(**indicar a nacionalidade**)_____;
3. Até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório e, também, que está ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências;
4. Não mantém em seu quadro de pessoal menores de 18 (dezoito anos) em horário noturno de trabalho ou em perigosos ou insalubres, não possuindo ainda, qualquer trabalho de menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, bem como o cumprimento integral do disposto no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição Federal De 1.988.
5. Esta proposta constituirá um compromisso de nossa parte.
6. Que conhece e se submete literalmente ao disposto no artigo 92, inciso III, da Lei Federal nº 14.133/2.021, obrigação de manter durante toda a prestação do serviço do futuro contrato, todas as condições de habilitação e as exigências de qualificação, especialmente, no que se refere à regularidade fiscal e especificação dos serviços, inclusive o imposto devido – ISSQN, dentre outros sob pena de ser declarada a inexecução do pacto e aplicadas as penalidades previstas na lei, sem prejuízo do ressarcimento de eventuais danos materiais à contratante, conforme o caso.

A PROPOSTA e DOCUMENTAÇÃO para esta Licitação constituirão em um compromisso de nossa parte, observadas as condições do Edital.

_____(local), ____ de ____ de ____.

Assinatura do Responsável Legal da Empresa, com poderes para tal investidura.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**ANEXO VI - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2025.

À SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E LICITAÇÕES

Comissão de Contratação

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

- a) Desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Tocantins: ____% (_____ por cento);
- b) Honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: ____% (_____ por cento);
- c) Honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: ____% (_____ por cento);
- d) Honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou materiais: ____% (_____ por cento).

_____(local), ____ de ____ de ____.

(Empresa licitante) (Nome do Representante legal) _____

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**ANEXO VII - MINUTA DE CARTA DE FIANÇA BANCÁRIA****CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 0__/2.025.**À SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E LICITAÇÕES
Comissão de Contratação**CARTA DE FIANÇA -R\$**

Pela presente, o Banco com sede
da cidade, do Estado, por seus representantes infra- assinados, se
declara fiador e principal pagador, com expressa renúncia dos benefícios estatuídos no Artigo 827, do
Código Civil Brasileiro, da Firma sediada
à da cidade do
Estado até o limite de **R\$** () para
efeito de garantia para a execução
do Contrato objeto do **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 0__/2.025.**

Este Banco se obriga, obedecido o limite acima especificado a atender dentro de 24 (vinte e quatro) horas as
requisições de qualquer pagamento coberto pela caução, desde que exigidas pela **CONTRATANTE**, sem qualquer
reclamação, retenção ou ainda embargo ou interposição de recurso administrativo ou judicial com respeito a
CONTRATANTE.

Obriga-se ainda este Banco, pelo pagamento de despesas judiciais ou não, na hipótese de ser a **CONTRATANTE**
compelida a ingressar em juízo para demandar o cumprimento de qualquer obrigação assumida por nossa
afiançada.

Declaramos, outrossim, que só será retratável a fiança, na hipótese de a afiançada depositar ou pagar o valor da
caução garantida pela presente Carta de Fiança Bancária ou por nova carta de fiança, que seja aceita pelo
beneficiário.

Atestamos que a presente fiança está devidamente contabilizada no Livro nº ou outro
registro usado deste Banco e, por isso, é boa, firme e valiosa, satisfazendo, além disso, as determinações do
Banco Central do Brasil ou das autoridades monetárias no país de origem.

Os signatários desta, estão regularmente autorizados a prestar fianças desta natureza por força de disposto no
Artigo dos Estatutos do Banco, publicado no Diário Oficial, em do ano, tendo
sido (eleitos ou designados) pela Assembleia realizada
em

A presente fiança vigorará por um prazo máximo de **90** (noventa) dias após a emissão do Termo de Recebimento
Definitivo dos Serviços Executados pela **CONTRATANTE.**

..... de de

Banco

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**ANEXO VIII COMPROVANTE DE RECIBO DO EDITAL****CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 0__/2.025.****OBJETO:** Contratação de 03 (três) agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade e para divulgação dos programas e ações da **PREFEITURA MUNICIPAL DE PALMAS /TO**, conforme condições e especificações estabelecidas no Edital e seus anexos.**Razão Social:** _____**CNPJ:** _____**Endereço:** _____
_____**Cidade:** _____ **Estado:** _____**Telefone:** _____**Fax:** _____**E – mail:** _____**Pessoa para contato:** _____**Data:** ____ / ____ / ____

Assinatura Carimbo do CNPJ



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2025

ANEXO IX - ESTIMATIVA DE PRODUTOS/MATERIAIS E SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS

ESTIMATIVA DE PRODUTOS/MATERIAIS E SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS

SERVIÇOS DE CRIAÇÃO E FINALIZAÇÃO - REFERÊNCIA TABELA SINAPRO-TO - 2024 (vigente)

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	QTD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	DESCONTO %	TOTAL
ADVERTISING / Anúncios / Campanhas Publicitárias						
1.0	Jornal					
1.1	Criação e finalização de anúncio de jornal - 1 página	3	5.107,97	15.323,91		15.323,91
1.2	Criação e finalização de anúncio de jornal - 1/2 página	5	4.268,15	21.340,75		21.340,75
1.3	Criação e finalização de anúncio de jornal - 1/4 página ou rodapé	10	1.714,16	17.141,60		17.141,60
2.0	Revista					
2.1	Criação e finalização de anúncio de revista - 1 página	2	5.166,53	10.333,06		10.333,06
2.2	Criação e finalização de anúncio de revista - até 1/2 página	5	2.606,94	13.034,70		13.034,70
3.0	Criação de Campanha					
3.1	Criação de Tema / Conceito de Campanha (key visual)	12	40.770,00	489.240,00		489.240,00
4.0	Planejamento (custo mínimo)					
4.1	Planejamento de Institucional	3	101.722,50	305.167,50		305.167,50
4.2	Planejamento de Marketing	3	68.796,00	206.388,00		206.388,00
4.3	Planejamento de Convenção/Evento/Feira	5	65.637,00	328.185,00		328.185,00
BRANDING / Marca, Logotipo / Identidade Visual / Naming / Embalagem						
5.0	Marca/Logotipo					
5.1	Criação e finalização de Evento	5	4.914,00	24.570,00		24.570,00
5.2	Criação e finalização de Selo Comemorativo	3	5.187,00	15.561,00		15.561,00
6.0	Papelaria					
6.1	Criação e finalização de bloco de anotações	5	242,97	1.214,85		1.214,85
6.2	Criação e finalização de Cartão de visita / personalizado	3	242,97	728,91		728,91
6.3	Criação e finalização de pasta simples	5	722,09	3.610,45		3.610,45
6.4	Criação e finalização de pasta com bolsa	5	1.444,17	7.220,85		7.220,85
MATERIAIS GRAFICOS / Materiais Gráficos Diversos / Materiais Especiais						
7.0	7.0 Materiais Gráficos Diversos					
7.1	Criação e finalização de Adesivo / Sticker	10	788,97	7.889,70		7.889,70
7.2	Criação e finalização de Calendário Bolso/Mesa	4	1.104,29	4.417,16		4.417,16

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

7.3	Criação e finalização de Cartaz	10	3.729,18	37.291,80		37.291,80
7.4	Criação e finalização de cartão simples	10	485,94	4.859,40		4.859,40
7.5	Criação e finalização de cartão natal/ano novo	2	2.551,19	5.102,38		5.102,38
7.6	Criação e finalização de crachá / credencial	10	1.393,67	13.936,70		13.936,70
7.7	Criação e finalização de convite	10	1.327,30	13.273,00		13.273,00
7.8	Criação e finalização de diploma / certificado	10	1.740,38	17.403,80		17.403,80
7.9	Criação e finalização de Etiqueta/tag	3	505,05	1.515,15		1.515,15
7.10	Criação e finalização de Flâmula / filipeta	6	767,13	4.602,78		4.602,78
7.11	Criação e finalização de Flyer/Folheto/Filipeta/Panfleteo (por lado)	10	1.119,30	11.193,00		11.193,00
8.0	Folders (por lado da lâmina)					
8.1	Criação e finalização de folder formato 8 (até 32 x 22 cm)	5	2.487,03	12.435,15		12.435,15
8.2	Criação e finalização de folder formato 4 (até 31 x 46 cm)	4	3.237,78	12.951,12		12.951,12
8.3	Criação e finalização de folder formato 2 (até 46 x 64 cm)	6	4.402,13	26.412,78		26.412,78
8.4	Criação e finalização de folder formato 1 (até 94 x 64 cm)	2	9.076,31	18.152,62		18.152,62
9.0	Materiais Especiais					
9.1	Criação e finalização de jornal (capa)	4	1.071,53	4.286,12		4.286,12
9.2	Criação e finalização de jornal (projeto gráfico)	4	5.801,25	23.205,00		23.205,00
9.3	Criação e finalização de jornal (projeto editorial)	4	6.205,29	24.821,16		24.821,16
9.4	Criação e finalização de jornal (editoração por página)	40	331,28	13.251,20		13.251,20
9.5	Criação e finalização de Manual Técnico / Livro Técnico (capa)	4	2.116,80	8.467,20		8.467,20
9.6	Criação e finalização de Manual Técnico / Livro Técnico (página)	30	912,24	27.367,20		27.367,20
9.7	Criação e finalização de revista (capa)	4	2.350,53	9.402,12		9.402,12
9.8	Criação e finalização de revista (projeto gráfico - Identidade Visual)	4	10.678,40	42.713,60		42.713,60
9.9	Criação e finalização de revista (por página - só editoração)	30	331,28	9.938,40		9.938,40
9.10	Criação e finalização de Relatório Anual (projeto gráfico)	2	12.951,12	25.902,24		25.902,24
9.11	Criação e finalização de Relatório (editoração - por página)	80	490,04	39.203,20		39.203,20
9.12	Criação e finalização de Relatório (capa)	4	3.737,37	14.949,48		14.949,48
9.13	Criação e finalização de Relatório (Case/embalagem especial)	2	5.865,30	11.730,60		11.730,60
MÍDIA EXTERIOR / Mobiliário Urbano / PDV e Sinalização / Brindes						
10.0	10.1 Mídia Exterior					
10.1	Criação e finalização de outdoor (simples backlight e front light)	15	4.757,03	71.355,45		71.355,45
10.2	Criação e finalização de busdoor (interno/lateral/traseira)	40	1.760,22	70.408,80		70.408,80
10.3	Criação e finalização de letreiro/luminoso/painel	20	3.685,50	73.710,00		73.710,00
10.4	Criação e finalização de Placa sinalização/Esquina/Gradill	20	955,50	19.110,00		19.110,00



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

10.5	Criação e finalização de faixa de rua /faixa de ponto de venda	20	887,25	17.745,00		17.745,00
10.6	Criação e finalização de bikedoor	20	2.872,80	57.456,00		57.456,00
11.0	Mobiliário Urbano					
11.1	Criação e finalização de Paineis de abrigo de ônibus	10	3.774,23	37.742,30		37.742,30
11.2	Criação e finalização de Paineis de relógio/termômetro de rua	20	1.971,06	39.421,20		39.421,20
12.0	PDV e Sinalização					
12.1	Criação e finalização de banner /estandarte	60	1.276,28	76.576,80		76.576,80
12.2	Criação e finalização de carro de passeio	40	1.449,63	57.985,20		57.985,20
12.3	Criação e finalização de utilitário / carga / passageiro	30	3.276,00	98.280,00		98.280,00
12.4	Criação e finalização de placa/ painel / placa de PDV (simples)	50	1.173,90	58.695,00		58.695,00
12.5	Criação e finalização de placa/ painel / placa de PDV (ilustrado)	50	2.245,43	112.271,50		112.271,50
12.6	Criação e finalização de Wind Banner (banner)	60	1.276,28	76.576,80		76.576,80
12.7	Criação e finalização de Fundo de Palco (backdrop)	20	2.457,00	49.140,00		49.140,00
12.8	Criação e finalização de Fundo de Púlpito	20	935,57	18.711,40		18.711,40
TV / RÁDIO / CINEMA						
13.0	Comercial para televisão (criação, roteiro e texto)					
13.1	Criação de roteiro e texto de filme/VT de 30"	25	6.019,65	150.491,25		150.491,25
13.2	Criação de roteiro e texto de filme/VT de 45"	15	7.575,75	113.636,25		113.636,25
13.3	Criação de roteiro e texto de filme/VT de 60"	10	12.039,30	120.393,00		120.393,00
13.4	Criação de roteiro e texto de documentário (por minuto)	80	5.044,20	403.536,00		403.536,00
13.5	Criação de roteiro e texto de VT para LED - Até 30"	20	4.095,00	81.900,00		81.900,00
13.6	Criação de roteiro e texto de VT para LED - Até 60"	10	8.190,00	81.900,00		81.900,00
14.0	Comercial para televisão (Arquivamento/envio digital)					
14.1	Envio Digital Plataforma (por material x praça)	60	1.173,90	70.434,00		70.434,00
15.0	Comercial para Rádio (criação, roteiro e texto)					
15.1	Criação de roteiro e texto de spot 30"	25	5.077,80	126.945,00		126.945,00
15.2	Criação de roteiro e texto de spot 45"	15	5.172,53	77.587,95		77.587,95
15.3	Criação de roteiro e texto de spot 60"	10	7.616,70	76.167,00		76.167,00
15.4	Criação de roteiro e texto de jingle 15" a 30"	10	6.470,10	64.701,00		64.701,00
15.5	Criação de roteiro e texto de jingle 45" a 60"	5	9.705,15	48.525,75		48.525,75
15.6	Criação de roteiro e texto para carro de som (até 5 versões)	10	1.047,90	10.479,00		10.479,00
SERVIÇOS Web / Produção Digital						
16.0	SERVIÇOS Web / Produção Digital					



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

16.1	Criação e Finalização de Anúncio Display Master estático - qualquer formato (JPG)	10	1.983,24	19.832,40		19.832,40
16.2	Criação e Finalização de Anúncio Display Master animado - qualquer formato	25	2.798,25	69.956,25		69.956,25
17.0	Anúncios Web / Media Display					
17.1	Criação e Finalização de Post pra Feed 1:1 (até 10 unidades dentro de uma mesma campanha)	10	2.709,00	27.090,00		27.090,00
17.2	Criação e Finalização de Post pra Feed 9:16 (até 10 unidades dentro de uma mesma campanha)	10	3.364,20	33.642,00		33.642,00
17.3	Criação e Finalização de Post animado 1:1 (1 und)	10	480,90	4.809,00		4.809,00
17.4	Criação e Finalização de Post animado 9:16 (1 und)	10	609,00	6.090,00		6.090,00
TOTAL (16% da verba estimada)				4.429.035,94	0,00	4.429.035,94

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

SERVIÇOS REALIZADOS POR TERCEIROS - PRODUÇÃO DE PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITARIOS

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	QTD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	HONORÁRIOS_%	VALOR TOTAL
1.0	Materiais Gráficos					
1.1	Papelaria					
1.1.1	Impressão de bloco de anotações - formato 10,5 cm x 15,5 cm, Capa e Contracapa impresso em offset 4/4 cores, no papel AP 90g/m², miolo com 50 folhas sem impressão.	6.000	26,00	156.000,00		156.000,00
1.1.2	Impressão de cartão de visita- formato: 48x88mm, papel couchê 300g, 4x4 cor, acabamento: Verniz Total Frente - 2 Cantos Arredondados.	20.000	0,95	19.000,00		19.000,00
1.1.3	Impressão de pasta simples, formato: 0,31 cm x 0,44 cm, Papel Triplex 300g, 4/4 cores, acabamento: Plastificação Brilho.	20.000	4,10	82.000,00		82.000,00
1.1.4	Impressão de pasta com bolsa, Formato: 0,31 cm x 0,44 cm, Papel Triplex 300g, 4/4 cores, acabamento: Plastificação Brilho.	10.000	6,50	65.000,00		65.000,00
1.2	Materiais Gráficos Diversos					
1.2.1	Impressão de adesivo - Formato 11 x 14 cm, impresso em offset, 4/0 cores, no papel adesivo brilho, acabamento em corte reto.	10.000	0,95	9.500,00		9.500,00
1.2.2	Impressão de calendário de mesa com Wire-o, base pirâmide na cor branca, papel couchê 300 e folhas 1 mês por lado da folha couchê 170g personalizada contém 6 folhas, medindo 18 x 11cm, 4x4 frente e verso coloridos.	15.000	7,80	117.000,00		117.000,00
1.2.3	Impressão de cartaz, Formato: 42 x 60 cm, 4x0 Cores, Papel Couchê 150g, Enobrecimento: UV Total Frente.	3.000	3,80	11.400,00		11.400,00
1.2.4	Impressão de cartão especial, Formato: 10x15cm. Cor: 4/4. Papel: Couchê 150g, verniz total.	6.000	1,20	7.200,00		7.200,00
1.2.5	Impressão de cartão natal/ano novo, Formato: 9x15 cm. Cor: 4/4. Papel: Supremo 300g.	40.000	1,20	48.000,00		48.000,00
1.2.6	Impressão de crachá, papel couchê 230g, 10x15cm, 4x0 cores, 2 furos e cordão.	8.000	4,70	37.600,00		37.600,00
1.2.7	Impressão de crachá, formato 5,4 x 8,5 cm, impressão 4x4, PVC (0.75mm), sem furo, sem enobrecimento.	4.000	12,00	48.000,00		48.000,00
1.2.8	Impressão de convite, sendo envelope papel couchê brilho 250g, 4/0 cor. Tamanho: 62 x 12,5. Miolo do convite: papel cartão supremo 250g, 4/0 cor. Tamanho: 30 x 9,5 cm. Acabamento: prolan brilho, corte vinco com faca especial e colagem.	20.000	0,90	18.000,00		18.000,00



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

1.2.9	Impressão de certificado em policromia tamanho 21x29,7 cm refilê, embalagem shrink, folha em offset 240g, 4/4 cores.	10.000	7,00	70.000,00		70.000,00
1.2.10	Impressão de etiqueta/tag, tamanho: 55 x 55 cm, papel couchê 300g, 4x4 cores, laminação fosca, frente e verso, furo.	8.000	1,10	8.800,00		8.800,00
1.2.11	Impressão de filipeta, Formato: 10 x 20 cm, cores: 4x4 (colorido F/V), Papel: Couchê Brilho 170g, refilê, laminação brilho.	8.000	1,30	10.400,00		10.400,00
1.2.12	Impressão de flyer - formato: 10 x 21 cm, cores: 4x4 (colorido F/V), Papel: Couchê 150g, enobrecimento: UV total frente e verso, 1 dobra.	15.000	0,60	9.000,00		9.000,00
1.2.13	Impressão de panfleto - formato 11 x 28 cm, impresso em offset 4/4 cores no papel couchê brilho 170 g/m².	30.000	0,90	27.000,00		27.000,00
1.3	Folder					
1.3.1	Impressão de folder - formato 15 x 45 cm, em papel couchê fosco 180g/m², com 2 dobras, policromia 4/4 cores, BOOP na parte externa.	5.000	2,20	11.000,00		11.000,00
1.3.2	Impressão de folder, formato 31 x 23 cm, impressão em papel couchê fosco, 180g/m², policromia 4/4 cores, BOPP na parte externa.	5.000	3,80	19.000,00		19.000,00
1.3.3	Impressão de folder sanfonado duas lâminas - formato 115,2 x 20 cm aberto (12,8 x 20 cm fechado), colado offset 4/4 cores em papel couchê fosco 180g/m², com 8 dobras.	5.000	4,80	24.000,00		24.000,00
1.3.4	Impressão de folder com 7 páginas de miolo tamanho 21x31 cm fechado refilê, intercalação manual, grampo, laminação BOPP (frente e Verso), faca especial, miolo 1 em couchê fosco 170g, 4/4 cores.	3.000	2,40	7.200,00		7.200,00
1.4	Materiais Especiais					
1.4.1	Impressão de jornal (tablóide), formato: 26,5 x 29,7 cm, cores: 4x4 (colorido F/V), papel: offset 70g, 10 pags.	15.000	8,20	123.000,00		123.000,00
1.4.2	Impressão de manual técnico, formato: 21 x 30 cm, cores: 4x4 (colorido F/V), papel couchê 80g, 20 pags.	18.000	6,90	124.200,00		124.200,00
1.4.3	Impressão de revista - formato: 15 x 21 cm, cores: 4x4 (colorido F/V), papel couchê 90g, enobrecimento: UV total frente e verso, 10 pags.	10.000	22,00	220.000,00		220.000,00
1.4.4	Impressão de relatório - formato: 20 x 25 cm, cores: 4x4 (colorido F/V), papel couchê 120g, enobrecimento: UV total frente e verso, 40 pags, com case.	300	85,00	25.500,00		25.500,00
2.0	Mídia Exterior					
2.1	Mídas Exteriores					
2.1.1	Impressão em lona para outdoor, digital em alta resolução, medindo 3 x 9 m.	300	1.950,00	585.000,00		585.000,00

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

2.1.2	Impressão e instalação de adesivo removível para busdoor, medindo 2,10m X 0,90 m.	50	580,00	29.000,00		29.000,00
2.1.3	Impressão em lona para painel, medindo 5 x 3 m, com resolução de 2880 dpis, com acabamento em ilhós e estrutura em metalon.	40	3.500,00	140.000,00		140.000,00
2.1.4	Impressão de adesivo para placa de identificação, medindo 1,70 x 3m, com acabamento em pvc.	120	260,00	31.200,00		31.200,00
2.1.5	Impressão de faixa de rua, formato 120 x 70 cm, impressão 4/0, lona brilho 280g, ilhós nas 4 pontas.	100	370,00	37.000,00		37.000,00
2.1.6	Impressão de adesivo para bicicleta com armação, lona face dupla, altura total por face 1,80m.	40	140,00	5.600,00		5.600,00
2.2	Mobiliário Urbano					
2.2.1	Impressão e instalação de lona backlight (par) para painel de abrigo de ônibus, medindo 1,05m x 0,70cm.	50	850,00	42.500,00		42.500,00
2.2.2	Impressão e instalação de lona Backlight para relógio termômetro, medindo 1,78 mx 1,25m, policromia, acabamento em ilhós.	50	800,00	40.000,00		40.000,00
2.3	PDV e Sinalização					
2.3.1	Impressão de banner, formato 0,90 cm x 1,40 m, em lona, acabamento: madeira, ponteira de plástico e cordão, resolução em 2880 dpis, com pedestal flexível.	400	350,00	140.000,00		140.000,00
2.3.2	Impressão digital de adesivo leitoso para carro de passeio.	1.000	900,00	900.000,00		900.000,00
2.3.3	Impressão digital de adesivo leitoso para carro utilitário/carga.	400	1.250,00	500.000,00		500.000,00
2.3.4	Impressão de painel simples, formato 3 x 1,50cm, em lona, acabamento em ilhós em policromia, com resolução em 2880 dpis, com pedestal desmontável.	50	1.600,00	80.000,00		80.000,00
2.3.5	Impressão de painel ilustrado - formato 6 x 3 cm, impresso lona e acabamento ilhós.	50	3.200,00	160.000,00		160.000,00
2.3.6	Impressão de wind banner, formato 8 x 2,50cm em lona, em policromia, com resolução 2880 dpis, com base estrutura.	200	650,00	130.000,00		130.000,00
2.3.7	Impressão de painel fundo de palco, formato 2,50 x 0,60 m em tecido, em policromia, com resolução 2880 dpis.	20	3.500,00	70.000,00		70.000,00
2.3.8	Impressão de adesivo para fundo de púlpito.	20	280,00	5.600,00		5.600,00
3.0	Áudio e Visual (TV, Rádio e Cinema)					
3.1	TV					
3.1.1	Produção de VT 30", locução, animação em caracteres e trilha.	25	20.000,00	500.000,00		500.000,00
3.1.2	Produção de VT 45", locução, animação em caracteres e trilha.	15	28.000,00	420.000,00		420.000,00



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

3.1.3	Produção de VT 60", locução, animação em caracteres e trilha.	10	40.000,00	400.000,00		400.000,00
3.1.4	Produção de documentário 4' câmera em HD de alta resolução, locução padrão nacional, trilha sonora original.	12	80.000,00	960.000,00		960.000,00
3.1.5	Produção de VT para LED 30" câmera em HD de alta resolução, locução padrão nacional, trilha sonora original.	20	8.000,00	160.000,00		160.000,00
3.1.6	Produção de VT para LED 60" câmera em HD de alta resolução, locução padrão nacional, trilha sonora original.	10	14.000,00	140.000,00		140.000,00
3.2	Rádio					
3.2.1	Produção spot 30", locuções caracterizadas, locução principal, trilha, efeitos sonoros, edição, finalização e masterização.	25	2.500,00	62.500,00		62.500,00
3.2.2	Produção spot 45", locuções caracterizadas, locução principal, trilha, efeitos sonoros, edição, finalização e masterização.	15	3.200,00	48.000,00		48.000,00
3.2.3	Produção spot 60", locuções caracterizadas, locução principal, trilha, efeitos sonoros, edição, finalização e masterização.	10	4.200,00	42.000,00		42.000,00
3.2.4	Produção de jingle 30", locução nacional, efeitos sonoros, edição, finalização e masterização.	10	5.500,00	55.000,00		55.000,00
3.2.5	Produção de jingle 60", locução nacional, efeitos sonoros, edição, finalização e masterização.	5	8.000,00	40.000,00		40.000,00
3.2.6	Produção carro de som 60", locução principal, trilha, edição, finalização e masterização.	10	2.500,00	25.000,00		25.000,00
4.0	Outros Serviços					
4.1	Produção fotográfica em alta resolução e tratamento digital.	60	900,00	54.000,00		54.000,00
4.2	Distribuição de folder/panfleto	45.000	0,75	33.750,00		33.750,00
4.3	Distribuição de jornais	15.000	1,20	18.000,00		18.000,00
4.4	Distribuição de revistas	10.000	1,30	13.000,00		13.000,00
TOTAL (28% da verba estimada)				7.164.950,00,00		7.164.950,00
				0		0

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

SERVIÇOS REALIZADOS POR VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO (VEICULAÇÃO)

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	QTD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
1.0	VEICULAÇÃO EM TV			
1.1	VT 30" (local)	1.600	1.950,00	3.120.000,00
1.3	VT 45" (local)	1.100	2.930,00	3.223.000,00
1.4	VT 60" (local)	600	3.100,00	1.860.000,00
2.0	VEICULAÇÃO EM RÁDIO			
2.1	Spot 30" (local)	2.000	160,00	320.000,00
2.2	Spot 45" (local)	800	225,00	180.000,00
2.3	Spot 60" (local)	400	320,00	128.000,00
2.4	Jingle 30"	300	160,00	48.000,00
2.5	Jingle 60"	200	320,00	64.000,00
3.0	MÍDIA INDOOR			
3.1	VT 30" ponto TV	40.000	1,50	60.000,00
3.2	VT 60" ponto TV	15.000	3,50	52.500,00
3.3	VT 30" wi-fi	40.000	0,80	32.000,00
3.4	VT 30" painel led	80	1.100,00	88.000,00
4.0	VEICULAÇÃO VOLANTE			
4.1	Carro de som (hora)	300	230,00	69.000,00
5.0	ANÚNCIO JORNAL			
5.1	1 página	12	25.000,00	300.000,00
5.2	1/2 página	20	18.000,00	360.000,00
5.3	1/4 página ou rodapé	40	12.000,00	480.000,00
6.0	REVISTA			
6.1	1 página	2	26.000,00	52.000,00
6.2	Até 1/2 página	5	15.000,00	75.000,00
7.0	OUTRAS MÍDIAS			
7.1	Sites diversos (dia)	1.725	275,00	474.375,00
7.2	Outdoor (bisemana-14 dias)	300	850,00	255.000,00
7.4	Abrigo de ônibus	50	2.000,00	100.000,00
7.5	Relógio termômetro	50	2.000,00	100.000,00
7.6	Busdoor (mensal)	50	600,00	30.000,00
7.7	Bikedoor	40	1.500,00	60.000,00
7.8	Mídia programática 45K-130K	25.000	100,00	2.500.000,00
TOTAL (56% da verba estimada)				14.030.875,00
TOTAIS				
SERVIÇOS DE CRIAÇÃO E FINALIZAÇÃO (TABELA SINAPRO-TO)				4.429.035,94
PRODUÇÃO DE PEÇAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS				7.164.950,00
VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO				14.030.875,00

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

TOTAL GERAL	25.624.860,94
--------------------	----------------------



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**Considerações:**

- 1 - Esta estimativa detalha os produtos/materiais e serviços a serem executados durante a vigência do contrato;
- 2 - Os valores previstos para os serviços de criação e finalização (custos internos) são definidos pela Tabela SINAPRO-TO, sendo considerado o desconto sobre estes de ____% a ser definido no processo licitatório;
- 3 - Os valores previstos para os serviços realizados por terceiros - produção de peças e materiais publicitários foram considerados os preços médios praticados no mercado local;
- 3.1- Serão considerados os valores dos honorários correspondentes a ____%, incidentes sobre os custos de produção a serem definidos no processo licitatório, observadas as disposições dos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas Padrão da Atividade Publicitária - CENP;
- 4 - Considerando que cada veículo de comunicação dispõe de sua política de preços conforme a sua tabela, na composição dos valores previstos para os serviços realizados por veículos de comunicação (veiculação) foi considerado o valor médio pelo custo da veiculação para cada meio;
- 5 - Os quantitativos previstos nesta planilha são de caráter estimativo, a fim de possibilitar a avaliação dos custos unitários e global dos serviços, não ficando a Contratante/Contratada obrigada a executá-los na sua totalidade, sendo que somente após apresentação e aprovação do conceito e da estratégia de comunicação publicitária (campanha publicitária) para cada problema específico de comunicação, poderão obter-se quantitativos e valores exatos, mediante à apresentação de orçamentos atualizados de prestadores de serviços especializados, bem como de tabelas de preços dos veículos de comunicação;
- 6 – Poderão ser incluídos e/ou excluídos produtos/materiais e serviços nesta estimativa de acordo com a necessidade de cada problema de comunicação/ação publicitária.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**ANEXO X - PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA****PORTARIA Nº XXX, DE XXX DE XXXXXXXX DE 2025.****MINUTA**

Institui o Procedimento de Seleção Interna entra as agências de propaganda a serem contratadas, decorrente da Concorrência Pública nº xxx/2025

Art. 1º O Secretário Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Palmas, no uso de suas atribuições legais e em observância ao disposto no (decreto ou lei) xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, resolve em cumprimento ao disposto no art. 2º, § 4, da Lei nº 12.232/2010, instituir o Procedimento de Seleção Interna entre as agências de propaganda a serem contratadas pela Prefeitura Municipal de Palmas para execução das ações de comunicação publicitária derivadas da Concorrência Pública Nº xxx/2025 e demais licitações para o mesmo objeto doravante.

Art. 2º A seleção interna das agências contratadas será feita em função dos custos estimados para sua realização, de acordo com a metodologia adotada neste procedimento e em observância com os princípios da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.

§ Único - Para os fins deste procedimento, considera-se:

- I- **Seleção Nível 1:** o procedimento de escolha de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado em até R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais);
- II- **Seleção Nível 2:** o procedimento de escolha de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado acima de R\$ 1.500.000,00 (milhão e quinhentos mil reais);

Art. 3º A Seleção Nível 1 será feita pela Diretoria de Conteúdo e aprovado pelo Secretário de Comunicação da Prefeitura Municipal de Palmas, mediante fundamentação nos autos e aplicação de um dos critérios abaixo:

- I- que a agência tenha executado ação de publicidade similar, que poderá ser reaproveitada ou adaptada (linha criativa, peça(s) e/ou estratégia de mídia), desenvolvida anteriormente pela agência no âmbito do contrato vigente;
- II- que a agência tenha melhores condições e disponibilidade para entrega dos serviços demandados dentro do cronograma pretendido para desenvolver a ação;
- III- reaproveitamento/adaptação de proposta de ação de publicidade desenvolvida anteriormente pela agência;
- IV- necessidade de ser preservado o limite de faturamento mínimo anual de cada contrato.

Art. 4º A Seleção Nível 2 será feita mediante aplicação dos procedimentos previstos neste artigo.

§ 1º Será elaborado um briefing de comunicação pela unidade demandante e/ou Diretoria de Conteúdo, que conterá todos os subsídios para que as agências possam elaborar suas propostas de solução publicitária para as necessidades de comunicação, em igualdade de condições.



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

§ 2º As propostas apresentadas serão analisadas por uma Comissão de Avaliação formada com esta finalidade, tendo o Secretário de Comunicação como Presidente, mais 02 (dois) membros, que indicará no formulário Avaliação de Seleção Nível 2 a proposta considerada adequada para atendimento da necessidade de comunicação quanto ao desenvolvimento da ação, observando os seguintes critérios, com as respectivas pontuações:

- I- Planejamento de Publicidade: entendimento do briefing, proposição estratégica e defesa técnica - até 10 (dez) pontos;
- II- Solução Criativa: adequação ao briefing, originalidade, exequibilidade e defesa técnica - até 20 (vinte) pontos;
- III- Estratégia de Mídia e Não Mídia: adequação ao briefing, níveis de alcance, otimização de recursos e defesa técnica - até 10 (dez) pontos.

§ 3º A Comissão de Avaliação poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas agências sejam integradas, para aperfeiçoar a ação de publicidade, ou compartilhadas, para viabilizar sua execução.

§ 4º Caso nenhuma das propostas seja considerada adequada, a Diretoria de Comunicação determinará às agências que apresentem nova proposta.

§ 5º Será considerada vencedora do Procedimento de Seleção Interna a agência que obtiver a maior pontuação.

§ 6º Em caso de empate, será considerado como critério de desempate a agência que tiver obtido a maior nota na Solução Criativa, e, caso persista o empate o critério de desempate será a pontuação do Planejamento de Publicidade, e, caso ainda persista o empate a pontuação da Estratégia de Mídia e Não Mídia.

§ 7º Depois de utilizado o critério de desempate constante no § 6º deste artigo, e persistindo ainda o empate, será realizado sorteio dentre os participantes do procedimento de seleção.

§ 8º Para análise técnica das propostas das agências da Seleção Nível 2, poderá a critério da Secretaria de Comunicação, contar com a participação de representantes dos outros Setores em que a ação afeta, quando for o caso.

§ 9º Serão juntados aos autos todos os documentos previstos neste procedimento de seleção.

§ 10º As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 2 por comunicado formal da Diretoria de Divulgação.

Art. 5º Poderá a Secretaria de Comunicação dispensar o procedimento de Seleção Nível 2, mediante justificativa nos autos, nos casos de:

- I- que a ação publicitária seja proposta por iniciativa de uma das agências, mediante documento escrito, de caráter não vinculativo, cuja viabilidade de execução, conveniência e possibilidade efetividade tenham sido avaliadas e aprovadas pela Diretoria de Divulgação, aprovado pelo Secretário de Comunicação;
- II- ação publicitária com linha criativa proposta por iniciativa de órgão ou entidade integrante da



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

Administração Municipal Direta ou Indireta ou de terceiros, mediante doação dos direitos de autor sobre a criação e direitos conexos, conforme o caso;

III- que a agência tenha executado ação de publicidade similar, que poderá ser reaproveitada ou adaptada à ação de publicidade (linha criativa, peça(s) e/ou estratégia de mídia) aprovada anteriormente, mesmo que a ação não tenha sido desenvolvida;

IV- situações peculiares e/ou imprevisíveis que requeiram urgência na realização da ação de publicidade e não houver prazo hábil para a realização dos procedimentos de Seleção Nível 2, sem que haja prejuízo no atendimento das necessidades de comunicação;

V- necessidade de ser preservado o limite de faturamento mínimo anual de cada contrato. VI-

Art. 6º Das decisões constantes neste procedimento não caberá a interposição de recurso pelas contratadas.

Art. 7º Os valores constantes nos incisos I e II do § único do Art. 2º serão corrigidos anualmente, tendo como referência a variação do IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo) no período divulgado pelo IBGE.

Art. 8º Revogam-se as disposições contrárias. Publique-se.

Gabinete do Secretário Municipal de Comunicação da Prefeitura de Palmas, aos xx dias do mês xxxx de 2025.

Nome

Secretário Municipal de Comunicação

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025****ANEXO XI - TERMO DE REFERÊNCIA**

TERMO DE REFERÊNCIA – BENS/SERVIÇOS	
1. IDENTIFICAÇÃO DO ÓRGÃO E DA UNIDADE DEMANDANTE E DO RESPONSÁVEL	
•	SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO;
•	Élcio de Souza Mendes;
•	Secretário Municipal de Comunicação.
2. DEFINIÇÃO DO OBJETO	
A presente licitação tem como objeto, a contratação de 03 (três) Agências de Publicidade e Propaganda para prestação de serviços de publicitários destinados à divulgação de programas, ações e campanhas institucionais do Município de Palmas/TO. Inclui estudos, planejamento, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o objetivo de promover bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.	
3. NATUREZA DO OBJETO, VIGÊNCIA DO CONTRATO E POSSIBILIDADE DE RENOVAÇÃO	
•	Natureza: Serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual.
•	Vigência: Inicial de 12 (doze) meses.
•	Renovação: Possibilidade de prorrogação nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021, com previsão orçamentária nos exercícios subsequentes.
4. QUANTITATIVOS E ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO	
Estimativa de valor para 12 meses: R\$ 25.633.624,64.	
•	Quantidade: 03 (três) agências contratadas.
TABELA COM DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS, QUANTITATIVOS, VALORES UNITÁRIOS E TOTAL: ANEXO 1	
5. DA MOTIVAÇÃO DA CONTRATAÇÃO	
Atendimento ao princípio da publicidade prevista na Constituição Federal, visando garantir o direito à informação à população. A contratação é obrigatória por licitação, conforme a Lei Federal nº 12.232/2010, diante da necessidade de serviços técnicos publicitários integrados e qualificados para a comunicação institucional do Município de Palmas.	
6. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO	
•	A execução dos serviços deverá obedecer à legislação pertinente, como as Leis Federais nº 4.680/1965 e nº 12.232/2010, e as Normas-Padrão do CENP.
•	Os serviços serão entregues na sede da Secretaria Municipal de Comunicação ou em local previamente acordado.
•	Relatórios de reuniões e telefonemas devem ser enviados ao CONTRATANTE em até 2 dias úteis após a realização.
•	Arquivos de mídia devem ser armazenados até 5 anos após o término do contrato .
A CONTRATADA deve entregar até o dia 10 de cada mês o relatório de despesas e serviços realizados no mês anterior.	
•	A não aceitação de um serviço não implica prorrogação automática do prazo de entrega — isso só ocorrerá se houver acordo expresso do CONTRATANTE .
•	Se algum serviço for rejeitado, a CONTRATADA deve refazê-lo dentro do prazo estipulado pela fiscalização, sem custo adicional .

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO

CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

7. DA FORMA DE AQUISIÇÃO

- Processo licitatório na modalidade **Concorrência Pública**, tipo **Técnica e Preço**, com base na Lei Federal nº 12.232/2010 e Lei nº 14.133/2021.
- A aquisição será feita de forma parcelada periodicamente pela Secretaria de Comunicação, durante a vigência do contrato, mediante ordem de serviço.
- Não serão aceitas condições para registro de quantidades mínimas ou valores de faturamento mínimos para entrega, devendo o prestador de serviço atender estritamente aos itens e quantitativos solicitados em cada necessidade.
- Não serão aceitos preços que estejam fora dos valores praticados na Tabela de Preços do Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO.
- Propostas com valores que se afastem significativamente desses parâmetros, para mais ou para menos, poderão ser desclassificadas, nos termos do artigo 59, inciso III, da Lei nº 14.133/2021, por inexecutabilidade ou incompatibilidade com os preços praticados no mercado.

8. DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO

8.1 – O julgamento das propostas será realizado por meio da modalidade **Concorrência Pública Presencial**, do tipo “**Técnica e Preço**”, conforme previsto no artigo 5º da Lei Federal nº 12.232/2010, em conjunto com os artigos 28, 29 e 36 da Lei nº 14.133/2021.

8.2 – Proposta Técnica (100 pontos):

- Plano de Comunicação (74 pontos):
 - a) Raciocínio Básico (12 pts);
 - b) Estratégia de Comunicação (30 pts);
 - c) Ideia Criativa (20 pts);
 - d) Estratégia de Mídia e Não Mídia (12 pts).
- Capacidade de Atendimento (12 pontos):
 - a) Portfólio, equipe e infraestrutura.
- Repertório (6 pontos):
 - a) Qualidade de peças anteriores.
- Relatos de Soluções (8 pontos):
 - a) Casos de sucesso em comunicação.

8.3. – Proposta de Preço (100 pontos):

- a) Desconto mínimo de 20% sobre tabela FENAPRO;
- b) Honorários máximos de 5% para serviços especializados.

9. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA

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

Quesitos	Subquesitos
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	
9.2 – A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras. Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada 9.3 – O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma: • Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda; • Capa e contracapa em papel A4 branco, tipo sulfite, com gramatura de 75g/m² a 90 g/m²; • Conteúdo impresso em papel A4 branco, tipo sulfite, com gramatura de 75g/m² a 90 g/m², orientação retrato; • Espaçamento de 02 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir das bordas; • Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos; • Espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entre títulos e entre parágrafos; • Alinhamento justificado do texto; • Texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos'; • Numeração em todas as páginas, situada no canto inferior direito, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos; • Sem identificação da licitante. 9.3.1 – As especificações do subitem 9.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do subitem 9.3.3 e à indicação prevista no subitem 9.3.3.5. 9.3.2 – Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e ou tabela, observadas as seguintes regras: a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores; b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos'; c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado, orientação paisagem. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 9.3.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4. 9.3.3 – Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores. 9.3.3.1 – As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A4 tipo sulfite, com gramatura de 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato ou paisagem ou papel A3 dobrado, tipo sulfite, com gramatura de 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação paisagem. 9.3.4 – Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados	

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

separadamente do caderno de que trata o subitem 9.1.

9.3.4.1 – Esses exemplos devem se adequar às dimensões do Invólucro nº 1 (formato A3), cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 3.9.1.1.2, e 4.2.1 e 4.2.1.1, no Edital.

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

9.3.6 – Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 9.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

9.3.7 – Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 3.9.1.1.2, no subitem 6.2.4.1, na alínea 'c' do subitem 4.2.1 e no subitem 4.2.1.1, todos no Edital.

9.3.8 – Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

9.3.9 – Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

9.3.9.1 – Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 9.1, no que couber.

9.4 – O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no *Briefing* (Anexo I) do edital, observadas as seguintes disposições:

– **Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto do *Briefing* e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

9.4.2 – **Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no *Briefing*, compreendendo:

a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

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

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 9.4.2, com comentários sobre cada peça e ou material.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

9.4.3.1 – Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 9.4.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

9.4.3.2 – Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e o material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 9.4.3 e na alínea 'a' do subitem 8.4.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 9.4.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

9.4.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 9.4.3:

a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1) Roteiro, leiaute e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio; b2) Protótipo ou 'monstro', para peças destinadas a rádio e internet; b3) *Storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

9.4.3.3.1 – Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

– Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em pen drive executáveis em computadores pessoais do tipo cartão liso, com dimensões de aproximadamente 8,5 cm x 5,5 cm, na cor branca. A identificação da peça poderá ser impressa no próprio cartão do pen drive ou por meio de adesivo autocolante que se adeque as dimensões do cartão do pen drive, sendo utilizada fonte Arial, cor automático, corpo 12, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

Exemplo de pen drive tipo cartão liso:

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025



9.4.3.3.3 – Os protótipos ou ‘monstros’ de peças para a internet poderão ser produzidos em qualquer desses formatos: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

9.4.3.3.4 – As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, em papel A3 tipo couchê fosco, na cor branca, com gramatura de 90 a 115g/m², orientação retrato ou paisagem a critério da licitante, permitida a impressão colorida, somente das peças, respeitando o limite das margens com espaçamento de 02 cm (dois centímetros) a partir das bordas.

9.4.3.3.5 – Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, ‘monstro’ internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 9.4.3.

9.4.3.4 – Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas ‘fisicamente’, até o limite de que trata a alínea ‘a’ do subitem 9.4.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

9.4.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea “g” do subitem 9.4.3.4, não podem



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

9.4.4 – **Estratégia de Mídia e Não Mídia** – constituída de:

a) Apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no *Briefing*, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

9.4.4.1 – Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 9.4.3 deverão constar dessa simulação.

9.4.4.2 – Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

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

9.4.4.3 – Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere este item deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1.965;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- d) fica proibida a apresentação dos PI's – Pedido de Inserção.
- e) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

9.5 – A apresentação do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, deverá constituir-se em uma cópia da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa. Esta constará a



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

identificação da licitante, sendo datada e assinada na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento

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

9.6.1 – Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.6 poderá ser editada em papel A3 dobrado, orientação paisagem.

9.6.2 – Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 9.6 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

9.7 – A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

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

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

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

9.8.1 – Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado, orientação paisagem.

– Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2, de acordo com edital.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

9.8.3 – Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

9.9 – O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

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

9.9.1.1 – As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01 de janeiro de 2020.

9.9.1.1.2 – As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pendrive*.

9.9.1.2 – As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.8, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

9.9.1.2.1 – Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

9.9.1.3 – Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 9.9.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'c' do subitem 10.3.1.

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

9.9.3 – As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo ANUNCIANTE.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

9.10 – A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, texto apresentado em papel timbrado da licitante, formato A4, fonte Arial corpo 12 (doze), cor automático, texto justificado, com espaçamento simples entre as linhas, podendo ser usado parágrafo duplo entre parágrafos e títulos. A configuração das margens, considerando que se utilizará papel timbrado será: Superior – 3,5 cm, inferior 2,5 cm, direita 2 cm e esquerda 2,5 cm, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.10.1 – Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.10 poderá ser editada em papel A3 dobrado, orientação paisagem. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 8.11, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

9.10.2 – Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

9.11 – A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

9.11.1 – Se a licitante apresentar apenas 01 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 10.3.1.

9.11.2 – Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pelo ANUNCIANTE.

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

9.11.2.2 Os Relatos que trata o subitem 9.10 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2021.

9.11.3 – É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pendrive*;

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.10, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

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

9.11.3.1 – Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

10. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

10.1 – A Subcomissão Técnica prevista no subitem 12.2 do Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

10.2.1 – Plano de Comunicação Publicitária

10.2.1.1 – Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

a) das funções e do papel do ANUNCIANTE nos contextos social, político e econômico;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do ANUNCIANTE com seus públicos;

c) das características do ANUNCIANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;

e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo ANUNCIANTE;

f) das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

10.2.1.2 – Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do ANUNCIANTE e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do ANUNCIANTE com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do ANUNCIANTE;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no *Briefing* e a verba disponível.

10.2.1.3 – Ideia Criativa

- a) a relação de coerência e consequência com que estiver proposto nos itens Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação;
- b) sua pertinência às atividades do ANUNCIANTE e às suas inserções na sociedade;
- c) a qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas;
- d) a qualidade e simplicidade da ideia criativa e a inventividade no uso das mídias;
- e) a exequibilidade das peças; e,
- f) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

10.2.1.4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) Raciocínio estratégico e tático;
- b) Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos;
- c) criatividade e conhecimento demonstrado na definição da estratégia e na escolha dos meios;
- d) pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas;
- e) coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens do Plano de Comunicação.

10.2.2 – Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;



EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

10.2.3 – Repertório

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

10.2.4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

10.3 – A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

c) a) Plano de Comunicação Publicitária: 74 (setenta e quatro) a1) Raciocínio Básico: 12 (doze)

Tópico	Pontuação
a) Das funções e do papel do ANUNCIANTE nos contextos social, político e econômico;	de 0 a 02 pontos
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do ANUNCIANTE com seus públicos;	de 0 a 02 pontos
c) Das características do ANUNCIANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	de 0 a 02 pontos
d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;	de 0 a 02 pontos
e) Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo ANUNCIANTE;	de 0 a 02 pontos
f) Das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).	de 0 a 02 pontos

a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 30 (trinta)

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

Tópico	Pontuação
a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do ANUNCIANTE e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;	de 0 a 05 pontos
b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;	de 0 a 05 pontos
c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do ANUNCIANTE com seus públicos;	de 0 a 05 pontos
d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do ANUNCIANTE;	de 0 a 05 pontos
e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	de 0 a 05 pontos
f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no <i>Briefing</i> e a verba disponível.	de 0 a 05 pontos
a3) Ideia Criativa: 20 (vinte)	
Tópico	Pontuação
a) A relação de coerência e consequência com que estiver proposto nos itens Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação;	de 0 a 04 pontos
b) Sua pertinência às atividades do ANUNCIANTE e às suas inserções na sociedade;	de 0 a 04 pontos
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas;	de 0 a 04 pontos
d) A qualidade e simplicidade da ideia criativa e a inventividade no uso das mídias;	de 0 a 04 pontos
e) A exequibilidade das peças;	de 0 a 02 pontos
f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	de 0 a 02 pontos
a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 12 (doze)	
Tópico	Pontuação
a) Raciocínio estratégico e tático;	de 0 a 03 pontos
b) Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos;	de 0 a 03 pontos
c) Criatividade e conhecimento demonstrado na definição da estratégia e na escolha dos meios;	de 0 a 02 pontos
d) Pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas;	de 0 a 02 pontos
e) Coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens do Plano de Comunicação.	de 0 a 02 pontos
b) Capacidade de Atendimento: 12 (doze)	
Tópico	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;	de 0 a 03 pontos
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;	de 0 a 03 pontos

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;	de 0 a 03 pontos
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;	de 0 a 01 ponto
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta;	de 0 a 01 ponto
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	de 0 a 01 ponto
c) Repertório: 06 (seis)	
Tópico	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;	de 0 a 02 pontos
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;	de 0 a 02 pontos
c) A clareza da exposição das informações prestadas;	de 0 a 02 pontos
d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 08 (oito)	
Tópico	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário;	de 0 a 02 pontos
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;	de 0 a 02 pontos
c) A relevância dos resultados apresentados;	de 0 a 02 pontos
d) A concatenação lógica da exposição.	de 0 a 02 pontos

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

10.3.2 – A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

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

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

10.3.3 – A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

10.3.4 – Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as 03 (três) maiores notas.

10.4 – Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não obtiver, na soma total das notas, no mínimo 85 (oitenta e cinco) pontos, sendo no mínimo 65 (sessenta e cinco) pontos para o Plano de Comunicação Publicitária (item 10.3.1, “a”) e, no mínimo 20 (vinte) pontos na soma da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (item 10.3.1, “b”, “c” e “d”);
- c) obtiver pontuação 00 (zero) em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 10.2.1.1 a 10.2.1.4 e 10.2.2 a 10.2.4.

10.5 – Se houver empate que impossibilite a identificação automática das 03 (três) licitantes mais bem classificadas nesta fase, será assim considerada a que obtiver as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 10.2.1, 10.2.2, 10.2.3 e 10.2.4, ressalvada a previsão do item 10.6.

10.6 – Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 4.3 do edital ou em ato público marcado pela Superintendência de Licitações, para o qual serão convidadas todas as licitantes, por meio do Diário Oficial do Município de Palmas/TO.

11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025**

11.1 – A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 11.2 e 11.3;
- c) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 11.2 e 11.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.2 – A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo VI do edital.

11.3 – A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

- a) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao ANUNCIANTE as vantagens obtidas.
- b) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo II), do edital.

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

12. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

12.2 – Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta, que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços ou se o valor apresentado na proposta estiver muito abaixo dos preços previstos na tabela do Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO nos termos do artigo 59, inciso III da Lei nº 14.133/2021;

12.3 – Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha de Preços que constitui o Anexo VI, ressalvado que, nos termos do artigo 36, da Lei Federal nº 14.133/2021, não será aceito:

- a) desconto inferior a 20 % (Vinte por cento) e superior a 50% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO;

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

b) percentual de honorários inferior a 5 % (cinco por cento) e superior a 10% (dez por cento) incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos pertinentes à execução do contrato;

c) percentual de honorários inferior a 5 % (cinco por cento) e superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitárias destinadas a expandir os efeitos das mensagens publicitárias, em consonância com novas tecnologias;

d) percentual de honorários inferior a 5 % (cinco por cento) e superior a 10% (dez por cento) incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou materiais publicitários.

12.3.1 – Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação considerará o preço por extenso.

12.4 – A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

12.4.1 – A Comissão de Contratação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 10.3	$P1 = 1,5 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 10.3	$P2 = 0,5 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 9.3	$P3 = 1,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 9.3	$P4 = 1,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$

Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

12.4.2 – A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 12.4.1, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$.

12.4.3 – A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

12.4.4 12.4.3.1– Se caso de empate, é considerada a de menor preço a Proposta que apresentar:

- a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos de serviços executados pela agência;
- b) o menor percentual de honorários referentes à produção e a execução técnica de peças e ou materiais publicitários, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores.
- c) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos pertinentes à execução do contrato;
- d) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitárias destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

13. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

13.1 – O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo Técnica e Preço.

13.2 - O cálculo da "Nota Final" (NF) dos proponentes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das Propostas Técnicas e de Preços, apuradas pela utilização da seguinte fórmula:

$NF = (0,7 \times NT) + (0,3 \times NP)$ Onde:

NF é a Nota Final da licitante;

0,7 é a ponderação da Nota Técnica;

NT é a Nota Técnica da licitante;

0,3 é a ponderação da Nota Preço;

NP é a Nota Preço da licitante.

13.3 A Nota Final terá apenas 02 (duas) casas decimais obtidas da aplicação da operação aritmética acima, não se admitindo arredondamento.

13.4 A classificação dos proponentes far-se-á em ordem decrescente dos valores das Notas Finais, sendo declaradas vencedoras as 03 (três) licitantes que atingirem a maior Nota Final e que restarem habilitadas.

13.5 Ocorrendo empate será considerado mais bem classificada a licitante que tiver obtido a melhor nota na proposta técnica.

14. DO DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

14.1 – Convocação e Julgamento: A Comissão de Contratação convocará as licitantes vencedoras das fases de Proposta Técnica e Proposta de Preço para apresentação dos Documentos de Habilitação, conforme exigências do Edital e anexos. A habilitação será deferida apenas se todos os requisitos forem integralmente atendidos.

14.2 – A Comissão de Contratação convocará as licitantes declaradas vencedoras do julgamento final das fases Proposta Técnica e Proposta de Preço para apresentar os Documentos de Habilitação a fim de atender ao disposto neste item, e julgará habilitadas caso atendam integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

14.2 – Se as licitantes declaradas vencedoras do julgamento final das fases Proposta Técnica e Proposta de Preço restarem inabilitadas, a Comissão de Contratação convocará as licitantes remanescentes, conforme ordem de classificação na fase anterior, observado o disposto do item 14.3 deste termo.

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

14.3 – Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão de Contratação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das fases Proposta Técnica e Proposta de Preço, obedecendo à ordem classificatória, para apresentar os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

14.4 – Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues em invólucro individual (Invólucro nº 5) conforme exigências do Edital e anexos, devidamente fechado, contendo os documentos elencados a seguir:

14.4.1 – RELATIVAMENTE À HABILITAÇÃO JURÍDICA:

14.4.1.1 – Cópia da cédula de identidade do representante legal (diretor, sócio ou superintendente) da empresa ou firma licitante, caso não haja procurador legalmente constituído, nos termos do subitem seguinte.

14.4.1.2 – Mandato procuratório com firma reconhecida em cartório, acompanhada de cópia da cédula de identidade do outorgado caso o responsável pela proponente seja procurador legalmente constituído, em caso de substabelecimento também deverá estar qualificado, identificado e com firma reconhecida em cartório. O atendimento a este subitem suprime a exigência do item 14.4.1.1, e vice-versa;

14.4.1.3 – Registro comercial, para empresa individual;

14.4.1.4 – Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, para as sociedades empresariais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado dos documentos comprobatórios de eleição de seus administradores ou a publicação no Diário Oficial do Município de Palmas/TO dos referidos documentos;

14.4.1.5 – Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova do registro de ata de eleição da diretoria em exercício (Registro Civil das pessoas Jurídicas) de investidura ou nomeação da diretoria em exercício;

14.4.1.6 – Decreto de autorização, devidamente publicado, 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.

14.4.1.7 – Certidão ou Declaração expedida pela Junta Comercial ou instituição congênere, comprovando a condição de microempresa ou empresa de pequeno porte, com data de emissão não superior a 90 (noventa) dias consecutivos de antecedência da data prevista para apresentação das propostas, segundo disposição do art. 8º da Instrução Normativa do Departamento Nacional de Registro do Comércio – DNRC nº 103 de 30.04.2007.

14.4.2 – RELATIVAMENTE À REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA:

14.4.2.1 – Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);

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

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

14.4.2.4 – Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

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

14.4.2.6 – Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho;

14.4.2.7 – Carta de Apresentação da documentação da licitante, assinada por diretor, sócio ou representante da empresa licitante com poderes para tal investidura devidamente comprovada, contendo informações e declarações conforme ANEXO V do edital;

14.4.3 – RELATIVAMENTE À QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

14.4.3.1 – Certidão Negativa de Falência, Concordata ou Recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

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

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

14.4.3.2 – Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis dos últimos 02 (dois) anos de exercício, já exigíveis na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da proponente, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação, a saber:

I – Sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, ou em instituição congênere com a mesma finalidade, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (artigo 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1.969);

II – Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1.976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante, ou em instituição congênere com a mesma finalidade, e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, *caput* e § 5º, da Lei nº 6.404/1.976);

III – Sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial ou instituição congênere.

14.4.3.2.1 - As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do responsável por sua contabilidade e a indicação do nome deste e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial ou instituição congênere, da sede ou do domicílio da licitante:

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

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

14.4.3.2.2 – Comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) Do balanço referido no subitem 14.4.3.2, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

(SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

LG =	Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

SG =	Ativo Total
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC =	Ativo Circulante
	Passivo Circulante

b) Do balanço referido no subitem 14.4.3.2.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

S =	Ativo Total
	Passivo Exigível Total

c) Para fins contábeis são expressões sinônimas “exigível a longo prazo” e “passivo não-circulante”.

14.4.3.2.3 - Os índices de que tratam as alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 14.4.3.2.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

14.4.3.2.4 – A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea ‘a’, ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea ‘b’, todos do subitem 14.4.3.2.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-Financeira deverá incluir no Invólucro nº 05 comprovantes de que possui patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor estimado desta contratação.

14.4.3 – RELATIVAMENTE À QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

14.4.4.1 – Apresentar atestado(s) de capacidade técnica, que comprove já haver a licitante, prestado os serviços pertinentes ao objeto desta licitação, emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado;

14.4.4.2 – Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei Federal nº 12.232/2.010, artigo 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

14.4.4.3 – Declaração de Elaboração Independente de Proposta, conforme ANEXO IV do edital;

14.4.4.4 – Quando da apresentação da documentação se a licitante for a matriz, todos os documentos deverão ser apresentados em nome e com CNPJ da matriz;

14.4.4.5 – Se a licitante for filial, todos os documentos deverão ser apresentados em nome e com o CNPJ da filial e, dentre estes, os documentos dos itens 14.4.2.2, 14.4.2.3 e 14.4.2.4 que, em razão da centralização e certidão conjunta, deverão ser apresentados em nome e com CNPJ da matriz que abrangerá todas as suas filiais;

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

e,

14.4.4.6 – Se a licitante for matriz e a fornecedora dos serviços a filial, os documentos deverão ser apresentados em nome e com CNPJ da matriz e da filial, simultaneamente, salvo os documentos dos

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

itens 14.4.2.2, 14.4.2.3 e 14.4.2.4 que em razão da centralização e certidão conjunta deverão ser apresentados em nome e com CNPJ da matriz que abrangerá todas as suas filiais.

14.5 – Não serão aceitos pela comissão “protocolos de entrega” ou “solicitação de documento” em substituição aos documentos requeridos no presente Edital e seus Anexos;

14.6 – De toda documentação apresentada em fotocópia autenticada, suscitando dúvidas, poderá ser solicitado o original para conferência, no prazo de 24 (vinte quatro) horas, registrando-se em ata tal ocorrência.

14.7 – Também motivará a inabilitação para os atos subsequentes da licitação, falta de comprovação do ramo de atividade comercial vinculado aos objetos/serviços descritos nos Anexos constantes deste edital.

14.8 – Será considerado como válido, pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, documento e/ou certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

15. DO MODELO GESTÃO DO CONTRATO / EXECUÇÃO / GARANTIA

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

15.1 – O contrato, ou documento equivalente, deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas das Leis Federais nº 12.232/2010, nº 14.133/2021, nº 4.680/1965 e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial;

15.1.2 – A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo Fiscal de Contrato, ou pelo respectivo substituto (Lei nº 14.133/2021, art. 117, caput);

15.1.3 – O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotará os problemas que se obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa;

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

15.1.5 – As licitantes vencedoras deverá assinar o contrato no prazo de 03 (três) dias úteis, contados a partir da convocação, conforme minuta constante do Anexo II do edital;

14.2 Modalidades de Garantia

15.2. – As licitantes vencedoras deverá apresentar a garantia contratual no valor de 1,25% do valor estimado da contratação em até 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, podendo esse prazo ser prorrogado por igual período, a critério da Administração.

15.2.1 – A garantia poderá ser prestada em uma das seguintes formas:

a) Caução em Dinheiro ou Títulos da Dívida Pública deverá ser depositada na Conta Caução do Tesouro Municipal:

a1) títulos da dívida pública devem ser emitidos em forma escritural, registrados em sistema autorizado pelo Banco Central e avaliados conforme critérios do Ministério da Fazenda.

b) Seguro-garantia:

b1) deve incluir comprovante de pagamento do prêmio. b2) prazo de validade: vigência do contrato + 90 dias.

b3) apólice deve indicar o CONTRANTE como beneficiário e conter cláusulas de:

- Atualização financeira;
- Imprescritibilidade;
- Inalienabilidade;
- Irrevogabilidade.

c) Fiança Bancária (não fidejussória)

c1) modelo conforme Anexo VII do Edital.

c2) deve conter renúncia aos benefícios legais (arts. 827 e 835 do Código Civil). c3) prazo de validade: vigência do contrato + 90 dias.

c4) deve incluir cláusulas de atualização financeira, imprescritibilidade, inalienabilidade e irrevogabilidade.

15.2.2 – Não serão aceitas garantias com cláusulas contrárias aos interesses do CONTRANTE.



**EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025****15.3 – Consequências do Descumprimento:**

Caso a licitante vencedora não assine o contrato ou não apresente a garantia no prazo estipulado, o CONTRATANTE poderá convocar a próxima licitante classificada (nas mesmas condições da proposta original); ou revogar a licitação, aplicando as penalidades previstas na Lei Federal nº 14.133/2021 (art. 90, §5º).

15.4 – Sanções e Penalidades Administrativas:

O contratado será responsabilizado administrativamente pelas seguintes infrações:

- a) dar causa a inexecução parcial do contrato;
- b) dar causa a inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) dar causa a inexecução total do contrato;
- d) não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- e) não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para contratação, quando convocado dentro do prazo estabelecido em contrato;
- f) ensejar o retardamento da execução ou do objeto da contratação sem motivo justificado;
- g) apresentar declaração ou documentação falsa exigida para a contratação ou prestar declaração falsa durante a contratação ou execução do contrato;
- h) fraudar a contratação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- i) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- j) praticar atos ilícitos com vista a frustrar os objetivos da contratação;
- k) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846/2013.

15.5 – Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas previstas na Lei nº 14.133/2021 as seguintes sanções:

- a) advertência;
- b) multa;
- c) impedimento de licitar e contratar;
- d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

15.6 – Na aplicação das sanções serão considerados:

- a) a natureza e a gravidade da infração cometida;
 - b) as peculiaridades do caso concreto;
 - c) as circunstâncias agravantes ou atenuante;
 - d) os danos que delas provierem para a Administração Pública.
- d) A aplicação das sanções previstas não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado a Administração Pública.

16. DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

16.1 – O objeto desta licitação será prestado pela CONTRATADA em conformidade com a descrição pormenorizada contida no edital e seus anexos, sem pagamento de quaisquer despesas adicionais por parte do CONTRATANTE.

Contratante:

- Fornecer informações necessárias.
- Aprovar materiais e serviços.
- Realizar pagamentos conforme documentos fiscais.
- Fiscalizar execução e exigir correções quando necessário.

Contratada:

- Prestar serviços conforme especificações técnicas.
- Manter estrutura em Palmas/TO.
- Manter durante toda a execução do contrato todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação em compatibilidade com as obrigações assumidas;
- Zelar pela boa e completa execução do contrato e facilitar, pelos meios ao seu alcance, a ampla ação fiscalizadora dos prepostos designados pelo CONTRATANTE, atendendo prontamente às observações e exigências que lhe forem solicitadas;
- Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, à CONTRATANTE descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas);
- Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução;
- Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato;
- Apresentar relatórios e documentos comprobatórios.
- Obter e gerenciar fornecedores e veículos de mídia.
- Cumprir todas as obrigações legais, fiscais e trabalhistas.

17. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO

Medição: Relatórios de execução, comprovantes de veiculação (ex: mapas, prints, GPS, mídia física ou digital, declarações), notas fiscais e documentos de fornecedores.

- **Pagamento:** Até 30 dias após apresentação dos documentos exigidos, mediante aprovação da fiscalização contratual.
- **Honorários:** Percentuais sobre os custos internos com base nas tabelas do FENAPRO, e honorários sobre serviços especializados prestados por terceiros baseado na menor proposta de preço apresentada.
- **Desconto de agência:** Repasse de 3% dos valores de tabela dos veículos de divulgação ao

EDITAL DE LICITAÇÃO - RETIFICADO CONCORRÊNCIA Nº 002/2025

Contratante.

Liquidação

- O recebimento a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de 5 (cinco) dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período, nos termos do art. 7º, §2º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77/2022.
- Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente apresentado expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:
 - a) prazo de validade
 - b) data da emissão
 - c) dados do contrato e do órgão contratante;
 - d) período respectivo de execução do contrato;
 - e) valor a pagar;
 - f) eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

Havendo erro na apresentação da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus ao contratante;

18. DA ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento da Secretaria Municipal de Comunicação de Palmas, conforme dotação orçamentária indicada pela Diretoria de Planejamento, Administração e Finanças.

AÇÃO (LOA)	NATUREZA DA DESPESA	SUBITEM	FONTE DE RECURSOS	VALOR
24.131.8000-4022	33.90.39	8000	15000000	R\$ 25.633.624,64

19. ASSINATURAS

Requisitante:

Data: _____ / ____ / ____

Responsável pela aprovação do Estudo Técnico Preliminar:

Data: _____ / ____ / ____

Responsável pela elaboração do Termo de Referência:

Data: _____ / ____ / ____

Aprovação do Termo de Referência (Gestor)

