



EDITAL DE LICITAÇÃO - CONCORRÊNCIA 005/2025	
MUNICÍPIO DE PICOS - ESTADO DO PIAUÍ	
PROCESSO ADMINISTRATIVO:	8769/2025 – PMP
CONCORRÊNCIA:	005/2025
OBJETO:	“CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE ACOMPANHAMENTO, PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS DE INTERESSE DO MUNICÍPIO DE PICOS-PI, EM ATENDIMENTO ÀS NECESSIDADES DA COORDENADORIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO”
MODO DE DISPUTA:	Aberto
INÍCIO DO ACOLHIMENTO DAS PROPOSTAS:	15 de julho de 2025, às 08 h e 00 min
ABERTURA DAS PROPOSTAS:	04 de setembro de 2025, às 08 h e 00 min
LEGISLAÇÃO:	Lei Federal nº 14.133/21 e suas alterações, Lei Complementar nº 123/06 e suas alterações, Lei nº 12.232/2010 e demais dispositivos legais pertinentes
ACESSO AO EDITAL:	A cópia deste edital e seus anexos estão à disposição dos interessados na sede da Prefeitura Municipal, podendo ser consultado ou obtido gratuitamente, de segunda à sexta-feira (dias úteis), de 08 h e 00 min às 14 h e 00 min, bem como nos seguintes endereços eletrônicos: https://sistemas.tce.pi.gov.br/licitacoesweb , https://www2.picos.pi.gov.br/licitacao@picos.pi.gov.br e



EDITAL DE LICITAÇÃO

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 8769/2025 – PMP

CONCORRÊNCIA Nº 005/2025

O **MUNICÍPIO DE PICOS/PI**, pessoa jurídica de direito público interno, CNPJ nº 06.553.804/0001-02, com sede na Rua Marcos Parente, nº 155, Bairro Centro, Picos-PI, por meio do Agente de Contratação e Equipe de Apoio, designados através da Portaria nº 207/2025, de 16 de junho de 2025 publicada no Diário Oficial dos Municípios, nos termos da Lei nº 14.133/21 e demais normas regulamentares aplicáveis à espécie, bem como pelas disposições do instrumento convocatório, promoverá o procedimento licitatório adiante especificado:

- ❖ **MODALIDADE:** Concorrência Presencial
- ❖ **CRITÉRIO DE JULGAMENTO:** Técnica e Preço
- ❖ **ADJUDICAÇÃO:** Global
- ❖ **INÍCIO DO ACOLHIMENTO DAS PROPOSTAS:** 15 de julho de 2025, às 08:00 horas
- ❖ **ABERTURA DAS PROPOSTAS:** 04 de setembro de 2025, às 08 h e 00 min
- ❖ **ACESSO AO EDITAL:** <https://sistemas.tce.pi.gov.br/licitacoesweb>; <https://www2.picos.pi.gov.br/> e licitacao@picos.pi.gov.br
- ❖ **LEGISLAÇÃO:** Lei Federal nº 14.133/21 e suas alterações, Lei Complementar nº 123/06 e suas alterações; Lei nº 12.232/2010; Decretos Municipais e demais dispositivos legais pertinentes
- ❖ **INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES:** Demais informações poderão ser solicitadas por meio do endereço eletrônico: licitacao@picos.pi.gov.br, na sala do Departamento de Licitações e Contratos Administrativos da Prefeitura Municipal de Picos/PI, de segunda à sexta-feira (dias úteis), de 08 h e 00 min às 14 h e 00 min.

O objeto da presente licitação é a **“CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE ACOMPANHAMENTO, PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS DE INTERESSE DO MUNICÍPIO DE PICOS-PI, EM ATENDIMENTO ÀS NECESSIDADES DA COORDENADORIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO”**.

A licitação será realizada presencialmente e terá adjudicação global.

O valor estimado para o objeto desta licitação é de **R\$ 2.505.000,00 (dois milhões quinhentos e cinco mil reais)**.

Até a data e horário previsto para a análise das propostas e demais documentos, os participantes deverão apresentar os invólucros contendo:

- a)** Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (invólucro nº 1);
- b)** Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada (invólucro nº 2);
- c)** Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problema de Comunicação (invólucro nº 3)
- d)** Proposta de Preço (invólucro nº 4).
- e)** Os documentos de habilitação (invólucro nº 5) serão recebidos em data e horário a serem designados pela Comissão de Contratação.

Não havendo expediente nas datas supracitadas a abertura da sessão ficará prorrogada para o primeiro dia útil subsequente, nos mesmos horários, salvo disposição contrária.

Não será aceita, em qualquer hipótese, a participação de licitante retardatário, a não ser como ouvinte. Caso o licitante não deseje fazer-se representar na sessão de recepção e abertura dos

invólucros, deverá providenciar para que as propostas sejam entregues à Comissão de Contratação, na Prefeitura, impreterivelmente, até a data e hora indicados neste Edital.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PICOS-PI
CONCORRÊNCIA Nº 005/2025
(Processo Administrativo nº 8769/2025)

1. DO PREÂMBULO

1.1. Torna-se público que o **MUNICÍPIO DE PICOS/PI**, pessoa jurídica de direito público interno, CNPJ nº 06.553.804/0001-02, com sede na Rua Marcos Parente, nº 155, Bairro Centro, Picos-PI, por meio do Agente de Contratação e Equipe de Apoio, designados através da Portaria nº 207/2025, de 16 de junho de 2025 publicada no Diário Oficial dos Municípios, nos termos da Lei nº 14.133/21 e demais normas regulamentares aplicáveis à espécie, bem como pelas disposições do instrumento convocatório, promoverá o procedimento licitatório adiante especificado:.

2. DO OBJETO

2.1. Contratação de empresa especializada para prestação de serviços de comunicação institucional, compreendendo:

- Elaboração e edição de conteúdos institucionais;
- Produção de material publicitário;
- Gestão de redes sociais;
- Atualização de site oficial;
- Marketing digital;
- Assessoria de imprensa.

2.2. Detalhamento completo das quantidades e especificações está no **Termo de Referência**. (Anexo I)

3. DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

3.1. A concorrência será realizada, em sessão pública, às 08:00 horas do dia 04 de setembro de 2025, na sede da Prefeitura Municipal de Picos, localizada na Rua Marcos Parente, nº 155, Bairro Centro, Picos/PI, em todas as suas fases.

3.1.1. Os invólucros 01, 02, 03, 04 e 05 poderão ser entregues diretamente à Comissão de Contratação no início da sessão correspondente, no Setor de Licitações e Contratos de Picos/PI ou no Setor de Protocolo do Município, entre 08h e 14h, ambos localizado na Rua Marcos Parente, nº 155, Bairro Centro, Picos/PI.

3.1.2. Caso o licitante não deseje fazer-se representar na sessão, deverá providenciar para que seus invólucros sejam entregues no endereço citado acima, impreterivelmente, até a data e hora indicados no subitem 3.1 deste Edital ou pré-agendado pela Comissão.

3.2. Os trabalhos serão conduzidos pela Comissão de Contratação e pela Subcomissão Técnica, devidamente designadas na forma prevista neste edital e na Lei.

3.3. Setor requisitante: Coordenadoria de Comunicação de Picos-PI.

3.4. O valor da contratação está estimado em **R\$ 2.505.000,00 (dois milhões quinhentos e cinco mil reais)**.

3.5. Aplicam-se às licitações e contratos disciplinados pela Lei nº 14.133/21 as disposições constantes dos arts. 42 a 49 da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

3.5.1. Os benefícios não serão aplicados, no caso de licitação para aquisição de bens ou contratação de serviços em geral, cujo valor estimado for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

3.6. A sessão pública de apresentação de propostas será gravada em áudio e vídeo, e a gravação será juntada aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento.

3.7. Para todas as referências de tempo contidas neste Edital será observado o horário oficial de Brasília – DF.



4. DAS CONSULTAS, ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

4.1. O Edital encontra-se disponível no site <https://sistemas.tce.pi.gov.br/licitacoesweb>, <https://www2.picos.pi.gov.br/>, licitacao@picos.pi.gov.br ou, ainda, poderá ser obtido na sala do setor de Licitação, na sede do Prefeitura, no horário de 8h às 14:00 horas.

4.2 Os licitantes que tiverem interesse em participar do certame obrigam-se a acompanhar as publicações referentes ao processo no site <https://www.diariooficialdosmunicipios.org/>, quando for o caso, com vista a possíveis alterações e avisos.

4.3 Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este Edital por irregularidade na aplicação da Lei nº 14.133, de 2021, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data fixada para a abertura do certame, devendo a Administração julgar e responder à impugnação em até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data de sua abertura.

4.4 A impugnação poderá ser realizada mediante petição a ser enviada para o e-mail: licitacao@picos.pi.gov.br ou protocolada junto à Comissão de Contratação, na sede do Prefeitura.

4.5 A Comissão de Contratação não se responsabilizará por impugnações endereçadas via postal ou por outras formas, entregues em locais diversos do mencionado no item acima, e que, por isso, não sejam protocolizadas no prazo legal.

4.6 Acolhida a impugnação, será designada nova data para a realização do certame, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas.

4.7 A decisão da Comissão de Contratação será enviada ao impugnante por e-mail, e será divulgada no site da Prefeitura para conhecimento de todos os interessados.

4.8 O licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento e/ou impugnação de nenhum termo que possibilite a identificação de sua proposta técnica, referente ao invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada).

5. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

5.1 Poderão participar desta concorrência, as agências que possuírem as condições estabelecidas para atendimento do objeto proposto, nos termos estipulados neste Edital e na Lei nº 12.232/2010.

5.2 Não poderá participar da presente licitação a pessoa jurídica:

5.2.1 Suspensa de participar em licitação e impedida de contratar com a Administração Pública;

5.2.2 Declarada inidônea para licitar ou contratar com quaisquer órgãos da Administração Pública;

5.2.3 Reunidas em consórcio;

5.2.4 Com falência decretada, dissolução ou liquidação;

5.2.5 Cujo objeto social não seja compatível com o objeto desta licitação;

5.2.6 Agência estrangeira não autorizada a funcionar no país;

5.2.7 Agências integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios ou representantes legais comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum;

5.2.8 Que se enquadrem nas vedações previstas no art. 14 da Lei nº 14.133/21;

5.2.9 Que não atendam as condições deste Edital e seus anexos.

5.3 É vedado a qualquer pessoa representar mais de um licitante na presente licitação.

5.4 Cada proponente apresentará uma só proposta de acordo com as exigências deste Edital.

5.5 O proponente arcará integralmente com todos os custos de preparação e apresentação de sua proposta, independente do resultado do procedimento licitatório.

5.6 A participação no certame implica aceitar todas as condições estabelecidas neste Edital.

5.7 A observância das vedações é de inteira responsabilidade do licitante que, pelo descumprimento, sujeita-se às penalidades cabíveis.

5.8. Deve ser apresentada garantia da proposta no importe 1% do valor global da licitação, nos termos do §1º do art. 58 da Lei nº 14.133/2021, moldes do art. 96, §1º da Lei 14.133/21, à escolha do licitante.

6. DO CREDENCIAMENTO

6.1 A representação poderá ser feita por procurador munido de instrumento público ou particular e por Carta de Credenciamento, conforme modelo do Anexo III, comprovando a outorga de poderes necessários para a formulação de propostas e a prática de todos os demais atos inerentes à licitação, juntamente com cópia do documento de identidade do credenciado ou procurador.

6.1.1 O instrumento que comprovará a representatividade do proponente será:

6.1.1.1 Para

procurador - além da carta de credenciamento indicada no subitem 6.1, deverá ser apresentado documento comprobatório dos poderes de quem subscreve a carta; e;

6.1.1.2 Para sócio, dirigente ou assemblado - além da carta de credenciamento indicada no subitem 6.1, deverá ser apresentada cópia do Ato Constitutivo juntamente com a(s) alteração(ões) ou ato consolidado, e Ata de Eleição ou outro documento equivalente apto a produzir os mesmos efeitos, contendo o período de mandato do dirigente ou Diretoria (ou equivalente), que comprove(m) sua capacidade de representação legal, com expressa previsão dos poderes para manifestar pela sociedade, dar declarações, receber intimação, interpor e renunciar a recurso, assim como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome do proponente.

6.2 O representante deverá estar munido de documento hábil de identificação.

6.3 A ausência do credenciamento não constituirá motivo para a inabilitação ou desclassificação do proponente, mas impedirá o seu respectivo representante de se manifestar nas sessões.

6.4 As pessoas que não comprovarem possuir poderes para representação legal do proponente somente poderão participar da sessão como ouvintes, não podendo consignar em ata suas observações, rubricar documentos, nem praticar os demais atos pertinentes à licitação.

6.5 A qualquer momento durante o processo licitatório, o interessado poderá substituir seu representante, desde que devidamente credenciado.

6.6 Serão admitidas fotocópias sem autenticação cartorial, desde que os respectivos originais sejam apresentados à Comissão de Contratação para autenticação.

6.7 Caso o licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as propostas por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Contratação, na data, hora e local indicados para abertura da sessão.

6.8 Será admitida apenas 01 (um) representante para cada licitante

7. DA APRESENTAÇÃO DOS INVÓLUCROS - TÉCNICA E PREÇO

7.1 Proceder-se-á o recebimento dos invólucros nº 1, 2, 3 e 4 contendo os documentos da Proposta Técnica e Proposta de Preços, na sessão pública de abertura, observado as determinações contidas abaixo:

7.2 INVÓLUCRO Nº 1

7.2.1 Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, em estrita conformidade com as especificações constantes no Edital e no Termo de Referência;

7.2.2 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver fechado e acondicionado no invólucro;

7.2.5 O invólucro não poderá: ter nenhuma identificação; apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação do licitante; estar danificado ou deformado as peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação do licitante; ter nenhum escrito, anotação, identificação ou qualquer elemento na parte externa do envelope, com exceção daquelas postas pelo licitante.

7.3 INVÓLUCRO Nº 2

7.3.1 **CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO (A) PROPONENTE, CONTENDO:**

7.3.2. DOCUMENTO PT/CI-1 - HISTÓRICO/ESTRUTURA/ATENDIMENTO

7.3.2.1.

a) Histórico da licitante, indicando o perfil da agência, com a descrição da estrutura e organização da matriz e, se for o caso, das filiais, no máximo em 05 (cinco) laudas;

b) Descrição das instalações físicas e do instrumental técnico, bem como os investimentos em estrutura de atendimento que serão colocados à disposição do Município de Picos para atender a presente licitação;

c) Relação dos clientes atendidos nos últimos 24 (vinte e quatro) meses, indicando o objeto e o prazo da contratação;

d) Currículo dos profissionais que compõem a Equipe Técnica com a demonstração da qualificação dos principais executivos e integrantes das equipes que irão atender a conta nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção gráfica, mídia e RTVC.

7.3.2 O invólucro deverá ser providenciado pelo licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua **abertura**;

estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 2

CONCORRÊNCIA Nº XX/2025.
PROCESSO LICITATÓRIO XXX/2025.

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO (A) PROPONENTE – Via Identificada

AGÊNCIA:
CNPJ:
E-mail(s)
Telefone(s)
Celular(es)

7.4 INVÓLUCRO Nº 3

7.4.1 Deverá estar acondicionado o Conjunto de Informações contendo: a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

7.4.2 O invólucro deverá ser providenciado pelo licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

7.4.3 Não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Invólucro nº 1) que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do invólucro 2;

7.4.4. Deverá apresentar:

- a) apresentação de um conjunto de trabalhos, produzidos e veiculados pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memorias técnicas, nas quais se inclua apresentação sucinta do problema que a peça se propõe a resolver;
- b) a licitante poderá apresentar até 02 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: TV, rádio, redes sociais, revista e jornal;
- c) cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, data de produção, período de veiculação e a indicação de pelo menos 02 (dois) veículos que a divulgaram;
- d) os vídeos deverão ser fornecidos em DVD e os spots e/ou jingles, em CD (compact disc);
- e) não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

7.4.5. Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 3

CONCORRÊNCIA Nº XX/2025.
PROCESSO LICITATÓRIO XXX/2025.

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problema de Comunicação.

AGÊNCIA:
CNPJ:
E-mail(s)
Telefone(s)
Celular(es)

7.5 INVÓLUCRO Nº 4

7.5.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue acondicionada no invólucro nº 4;

7.5.2 O invólucro deverá ser providenciado pelo licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

7.5.3 O invólucro deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 4



CONCORRÊNCIA Nº XX/2025.
PROCESSO LICITATÓRIO XXX/2025.

PROPOSTA DE PREÇOS

AGÊNCIA:
CNPJ:
E-mail(s)
Telefone(s)
Celular(es)

8. DOS REQUISITOS DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTA TÉCNICAS

8.1 O licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
Plano de Comunicação Publicitária	1. Raciocínio Básico 2. Estratégia de Comunicação Publicitária 3. Ideia Criativa 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia
1. Capacidade de Atendimento	
2. Repertório	
3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

8.3 A Proposta Técnica deverá ser entregue acondicionada nos invólucros nº 1, nº 2 e nº 3, em estrita observância das condições indicadas no Briefing.

8.4 QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA

8.4.1 Os textos do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverão ser apresentados de acordo com a seguinte formatação:

- Em papel A4 – 75 g/m2 a 90 g/m2, branco;
- Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado a□ esquerda, capa e contracapa em papel branco, formato A4 e com 75 g/m2 a 90 g/m2;
- Espaçamento de 3 (três) cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos, títulos, subtítulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- Alinhamento justificado do texto;
- Com texto e numeração de páginas em fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”;
- Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, cor “automático”, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito;
- Negritos, sublinhados, itálicos e caixa alta poderão ser utilizados para destaques no texto.

8.4.2 Os subquesitos “Raciocínio Básico”, “Estratégia de Comunicação Publicitária” e “Estratégia de Mídia e Não Mídia” poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- os gráficos e/ou tabelas podem ser editados em cores;
- os dados e informações dos quadros e/ou tabelas podem ser editados na fonte, estilo, cor e tamanho à escolha da licitante.

8.4.3 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa e de sua relação de peças, estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos quesitos.

8.4.4 O Plano

de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro nº 2.

8.4.5 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, parte integrante do Termo de Referência, observadas as seguintes disposições:

8.4.5.1 Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura de Picos para enfrentar os desafios ou os problemas, geral e ou específico, de comunicação;

8.4.5.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados.

8.4.5.3 Ideia Criativa: apresentação pela licitante de defesa da campanha publicitária, através de textos e peças, observadas as seguintes disposições:

a) Apresentar relação de todas as peças que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça.

b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária;

c) As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas soltas, separadamente do caderno único mencionado anteriormente, em papel sulfite 180 gramas com 420x297mm (formato A3) e as peças eletrônicas em CD ou DVD, que também deverão ser anexados no papel A3, através de suporte ou dentro de invólucro branco próprio para CD ou DVD colados no A3 aqui especificado.

c1) Cada peça da campanha deverá trazer especificação sucinta destinada a facilitar a identificação e análise pelos integrantes da Subcomissão Técnica (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, outdoor etc.);

c2) As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura e não ultrapassem o formato 420x297mm (formato A3);

c3) As peças eletrônicas poderão ser apresentadas em mídia digital e/ou em impresso, podendo também serem apresentadas em ambas as formas conjuntamente, sendo consideradas neste caso, uma única peça.

d) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas ‘fisicamente’, até o limite de que trata a alínea ‘b’ acima, devem ser observadas as seguintes regras:

d1) As reduções e variações de formato serão consideradas como uma peça;

d2) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

d3) Anúncio composto de páginas sequenciais para qualquer meio será considerado uma peça;

d4) Adesivagem de *fingers* e similares será considerada uma peça;

d5) 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;

d5.1) Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a alínea acima, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

e) Um banner e outra peça para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

f) Um aplicativo com todas as suas telas será considerado uma única peça, desde que apresentadas na mesma folha e desde que não prejudique a leitura;

g) Para fins desta Concorrência são considerados meios de comunicação: TV (aberta e por assinatura); Rádio (AM/ FM); Revista; Jornal; Cinema; Internet (Site; Redes Sociais, mobile e desktop); Mídia Exterior (*Outdoor; Backbus; Mobiliário urbano; Painéis e afins, carro de som*); Material impresso (folheto; revista; cartilha; apostila; folder; flyer; jornal; livreto; banner; faixa); Material promocional (material de ponto de venda; *sampling; cartaz; blimp; wobler; totem; display*, etc.).

8.4.5.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia: Texto de defesa constituído de no máximo 5 (cinco) laudas, no qual 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 do tempo e da verba referencial indicados no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

Simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças destinadas à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, listas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de até 5 (cinco) milhões.

8.4.5.6 Dessa simulação deverá constar um quadro resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças;
- 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;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça de não mídia.

8.4.5.7 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;
- b) Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65 e Normas Padrão do CENP;
- c) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores;
- d) Para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (Ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

8.4.5.8 Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

8.4.5.9 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a', devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro Aviso de Licitação.

8.4.5.10 As listas, gráficos, planilhas, textos e o quadro resumo da Estratégia de Mídia e não Mídia, não tem limitação quanto ao número de páginas.

8.5 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

8.5.1 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia fiel da via não identificada, em papel A4, com as seguintes especificidades:

- a) ter a identificação do licitante;
- b) ser datado;
- c) estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.6 CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

8.6.1 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

8.6.1.1 O licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, 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.

8.6.1.2 Capacidade de Atendimento do licitante deverá ser constituída por caderno específico, com capa, contracapa e conteúdo com impressão em papel livre de tipo e gramatura, no tamanho (A4) 21,0cm x 29,7cm ou (A3) 29,7cm x 42,0cm, encadernadas a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, composto por textos, listas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

a) A relação

da equipe técnica que será colocada 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;

a1) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

a2) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto desta contratação, admitida sua substituição, quando da efetiva contratação, por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Prefeitura de Picos.

b) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

c) A sistemática de atendimento e 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.

8.6.1.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento. As páginas deverão ser rubricadas, e, assinada na última por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.6.2 Quesito 3 - Repertório

8.6.2.1 O licitante deverá apresentar o Repertório com a ficha técnica e as peças por caderno específico, com capa, contracapa e conteúdo com impressão em papel livre de tipo e gramatura, no tamanho (A4) 21,0cm x 29,7cm ou (A3) 29,7cm x 42,0cm, encadernadas a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, em folhas rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação do Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.6.2.2 No Repertório deverão ser apresentadas até 10 (dez) peças e as respectivas fichas técnicas de cada uma delas, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

a) As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2019, conforme art. 6º, inc. X da Lei 12.232/10;

b) As peças eletrônicas deverão ser apresentadas em CD ou DVD, executáveis no sistema operacional Windows, anexados no papel A3, através de suporte ou dentro de envelope próprio, ou outro meio de fixação;

c) As peças não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura de Picos seja ou tenha sido signatária;

d) Para cada peça prevista acima, deverá ser apresentada correspondente ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e os resultados alcançados, bem como a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, e exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

f) As peças finalizadas deverão estar anexadas ao caderno.

8.6.2.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação das fichas técnicas do Repertório.

8.6.3 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

8.6.3.1 O licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes, por caderno específico com capa, contracapa e conteúdo com impressão em papel livre de tipo e gramatura, no tamanho (A4) 21,0cm x 29,7cm ou (A3) 29,7cm x 42,0cm, encadernadas a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, em folhas rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

a) As campanhas devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2019, conforme art. 6º, inc. X da Lei 12.232/10.

b) Os relatos deverão estar formalmente referendados com a assinatura dos respectivos clientes através da via original ou cópia autenticada em cartório, ou assinatura eletrônica digital, os relatos não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura seja ou tenha sido signatária.

c) Em cada

Relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função, e por último as respectivas fichas técnicas das peças daquele Relato.

8.6.3.2 Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, sendo que:

a) As peças eletrônicas deverão ser apresentadas em CD ou DVD, executáveis no sistema operacional Windows, anexadas no caderno.

b) As peças gráficas finalizadas deverão estar anexadas ao caderno ou ser apresentadas impressas desde que preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais.

c) Para cada peça constante do Relato, deverá ser apresentada uma ficha técnica. As fichas técnicas deverão conter a razão social do cliente, o tipo e o título da peça, indicação de um veículo onde foi inserida, o mês e ano de sua veiculação e serem anexadas ao caderno contendo os respectivos Relatos, não sendo estas computadas para efeito do limite de laudas exigidas.

9. DOS REQUISITOS DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

9.1 A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo, informando o percentual referente ao desconto a ser concedido sobre os custos internos presentes na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Piauí, e aqueles percentuais incidentes sobre o valor:

a) Da produção e à execução técnica de peça e ou material;

b) Do planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;

c) Da criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias

d) Da contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65.

9.2 Os licitantes deverão observar ainda que não será aceito:

I - Desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Piauí

II - Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços de terceiros (subitem 3.6.1 das Normas Padrão do CENP);

III - Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) sobre o valor respectivo, quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento (subitem 3.6.2 das Normas Padrão do CENP);

IV - Percentual de honorários superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo Desconto Padrão de Agência;

V - Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

VI - Os percentuais de honorários, assim como os de descontos propostos será de exclusiva responsabilidade do licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

VII - Os percentuais de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação e exercidos pela Agência contratada, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc).

9.3 As condições acima levam em conta os preços de mercado e os moldes estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, incorporadas ao sistema legal por força do disposto no Decreto n. 4.563/2002, do disposto no inciso V do artigo 6º da lei 12.232/2010 e ainda o inciso III do art. 59 da Lei 14.133/2021, os quais dispõe que a apresentação da Proposta de Preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado, evitando-se a inexequibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado.

9.4 A Proposta de Preço deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos.

analisadas apenas as Propostas de Preço dos licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

9.6 A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação.

9.7 O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias.

10. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTA TÉCNICAS

10.1. Para efeito de julgamento e obtenção das Notas das PROPOSTAS TÉCNICAS apresentadas, será atribuída às Empresas Licitantes a "Nota Técnica", variando de 00 (zero) a 100 (cem) pontos, considerando-se apenas duas casas decimais, distribuídos conforme descrito a seguir:

10.2. Plano de comunicação publicitária para campanha de aniversário de 134 anos da cidade de Picos: 50 PONTOS

HISTÓRICO/ESTRUTURA/ATENDIMENTO: 25 PONTOS

PORTFÓLIO/REPERTÓRIO: 25 PONTOS

TOTAL: 100 PONTOS

10.3. O Plano de comunicação publicitária para campanha de aniversário de 134 anos da cidade de Picos será julgado, em separado, mediante critérios técnicos e objetivos, devendo a Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica priorizarem os seguintes aspectos:

10.4. No julgamento do quesito "Plano de comunicação publicitária para campanha de aniversário de 134 anos da cidade de Picos" – 50 pontos – serão observados:

- a) pertinência da concepção: nota máxima de 06 (seis) pontos;
- b) conhecimento dos hábitos de comunicação dos públicos-alvo: nota máxima de 06 (seis) pontos;
- c) escolha e argumentação dos meios: nota máxima de 06 (seis) pontos;
- d) criatividade da estratégia de comunicação: nota máxima de 04 (quatro) pontos;
- e) consistência lógica, possibilidade de execução: nota máxima de 03 (três) pontos; possibilidades de execução: nota máxima de 03 (três) pontos;
- f) pertinência da campanha: nota máxima de 03 (três) pontos;
- g) clareza na argumentação e relação com a avaliação de resultados: nota máxima de 02 (dois) pontos.
- h) economicidade evidenciada no plano de distribuição de peças: nota máxima de 04 (quatro) pontos.
- i) objetivos pretendidos: nota máxima de 03 (três) pontos;
- j) criatividade na definição da Estratégia: nota máxima de 03 (três) pontos;
- k) originalidade e criatividade das propostas: nota máxima de 03 (três) pontos;
- l) clareza das propostas: nota máxima de 02 (dois) pontos;
- m) consistência do plano simulado de aplicação de verba: nota máxima de 02 (dois) pontos;

10.5. Na avaliação do quesito "Histórico/Estrutura/Atendimento" - 25 pontos:

- I. O "Currículo" da Equipe Técnica da Agência, principalmente das áreas de planejamento, criação, mídia e atendimento: nota máxima de 05 (cinco) pontos;
- II. As estruturas Técnica e Operacional da Agência, para suprir as necessidades da área publicitária a ser atendida, que serão colocadas à disposição do Município de Parnaíba - PI, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato: nota máxima de 10 (dez) pontos.
- III. Histórico compatível com atividades de comunicação institucional e pública: nota máxima de 10 (dez) pontos.

10.6. Na avaliação do "Portfólio/Repertório" – 25 pontos - serão observadas as qualidades do trabalho criativo, a pertinência da solução apresentada ao problema de comunicação e a qualidade da execução dos trabalhos, que corresponderão às seguintes notas:

- I. pertinência: nota máxima de 10 (dez) pontos;
- II. qualidade de execução: nota máxima de 10 (dez) pontos;
- III. acabamento: nota máxima de 05 (cinco) pontos.

10.7. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, no mínimo, 03 (três) membros que tenham formação em comunicação, publicidade ou *marketing* ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

10.8. Cada

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

- I. PEQUSSIMO (de 0 a 20% da nota)
- II. RUIM (de 21 a 40% da nota)
- III. REGULAR (de 41 a 60% da nota)
- IV. BOM (de 61 a 80% da nota)
- V. MUITO BOM (de 81 a 90% da nota)
- VI. ÓTIMO (de 91 a 100% da nota).

10.9. Para efeito de julgamento pela Subcomissão Técnica, serão classificadas somente as Propostas Técnicas que obtiverem, no mínimo, 60% (sessenta por cento) do total de pontos de cada grupo, ou seja, 24 (vinte e quatro) pontos no Plano de comunicação publicitária para campanha de aniversário de 134 anos da cidade de Picos Via não identificada e 36 (trinta e seis) pontos no Conjunto de Informações.

10.10. A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

10.11. Conhecido o resultado do julgamento das PROPOSTAS TÉCNICAS, será providenciada a publicação do seu resultado, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para recurso.

10.12. Decorrido o prazo para apresentação de recurso, nenhum tendo sido interposto ou julgado, os que acaso tenha sido postulados, será marcada a data de abertura das PROPOSTAS DE PREÇOS.

10.13. A Proposta de Preços deverá ser apresentada em um único invólucro, datada e assinada e seu prazo mínimo de validade de 90 (noventa) dias.

10.14. A NOTA DA PROPOSTA DE PREÇOS será calculada pela Comissão de Contratação, apurado os pontos de cada quesito a ser valorado conforme a tabela a seguir:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Item 1 - Percentual de desconto sobre a tabela vigente de valores referenciais de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Piauí – SINAPRO/PI, para os serviços executados pela própria Agência, sem envolvimento de terceiros.	$P1 = 0,7 \times \text{desconto}$
Item 2 - Percentual de honorários incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros decorrente de estudos ou criação intelectual realizados pela Agência ou quando a responsabilidade da Agência limitar-se à contratação, acompanhamento e pagamento do serviço ou suprimento fornecidos.	$P2 = 0,2 \times (15 - \text{honorários})$
Item 3 - Percentual de honorários incidente sobre os custos de cessão de direitos autorais de obras; de voz e de imagem, sobre as obras utilizadas pela CONTRATANTE.	$P3 = 0,06 \times (15 - \text{honorários})$
Item 4 - Percentual de honorários incidente sobre os custos de cachês artísticos, cuja expressão artística seja necessária às peças publicitárias.	$P4 = 0,04 \times (15 - \text{honorários})$

- a) para o Item 1, o desconto a ser ofertado deverá ser de 20% (vinte por cento) até 50% (cinquenta por cento);
- b) para o item 2, os honorários a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento);
- c) para o item 3, os honorários a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento);
- d) para o item 4, deverão estar inclusos as mais diversas expressões de arte, englobando, inclusive, roteiristas; atores; modelos; músicos; fotógrafos; intérpretes; artistas plásticos, ilustradores e demais categorias artísticas. Os honorários a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento);

10.15. 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 à Valoração, sem o símbolo '%'.

10.16. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela acima, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$. Para fins de apuração das notas de cada Proposta de Preços, serão consideradas 4 casas decimais.

a. Declaração na qual a licitante:

- 10.16.1. Estabelecerá os percentuais máximos de até 50% (cinquenta por cento) a serem pagos pelo Prefeitura Municipal de Picos:
- 10.16.1.1. Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços de Mercado - IGPM da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos;
- 10.16.1.2. Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas as peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços de Mercado - IGPM, da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.
- 10.16.2. Tratará da questão dos direitos autorais, estabelecendo:
- 10.16.2.1. A cessão, total e definitiva, dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato, ressalvados os direitos de terceiros.
- 10.16.2.2. O compromisso de em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a Prefeitura Municipal de Picos escolha uma das opções;
- 10.16.2.3. Nos casos de cessão de direitos autorais por tempo limitado, a agência deverá respeitar o prazo acordado entre as partes e utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.
- 10.16.3. O compromisso quando a Prefeitura Municipal de Picos optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva dos direitos autorais, a agência se compromete de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:
- 10.16.3.1. Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;
- 10.16.3.2. Estabeleçam que a Prefeitura Municipal de Picos poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

- 10.16.3.3. Que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.
- 10.16.3.4. O compromisso de informar expressamente, em todos os orçamentos de produção, que os custos referentes aos cachês; à cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e à cessão dos demais direitos já estão inclusos no valor total do serviço, quando for o caso.
- 10.16.4. O compromisso de fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:
 - 10.16.4.1. Que serão entregues duas cópias, em pendrive ou cartão de memória, de todo o material bruto produzido;
 - 10.16.4.2. A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material para a Prefeitura Municipal de Picos, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante a vigência do contrato a ser firmado e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.
 - 10.16.4.3. Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.
 - 10.16.4.4. O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes das declarações para os direitos de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias para a Prefeitura Municipal de Picos.
- 10.16.5. Garantirá a transferência para a Prefeitura Municipal de Picos de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.
- 10.16.6. A critério da Prefeitura Municipal de Picos, as peças criadas pela agência poderão ser reutilizadas por outros órgãos; entidades ou sociedades, integrantes ou vinculadas à estrutura da Administração Pública Municipal, Estadual e Federal – direta ou indireta – sem que lhes caiba qualquer ônus perante a agência.
- 10.16.7. Não serão objeto de cessão os direitos morais do autor, de acordo com os termos da Lei Federal n. 9.610/1998.

11. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA E DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

11.1. Os licitantes também deverão apresentar atestado(s) de capacidade técnica comprovando que prestou serviço em características compatíveis com o objeto da licitação.

11.1.1. Deverá constar no atestado de capacidade técnica o objeto contratado, bem como as especificações técnicas, quantitativos, prazos e desempenho do contratado, sob pena de desclassificação.

11.1.2. O atestado de capacidade técnica tem a finalidade de comprovar que a licitante prestou serviços ou está prestando serviços satisfatoriamente, em características, quantidades e prazos de acordo com o objeto da licitação.

11.1.3. O atestado de capacidade técnica poderá ser emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado.

11.1.4. O atestado emitido por pessoa jurídica de direito privado deverá vir assinado pelo representante legal da empresa emitente.

11.2. É admitida a somatória de atestados de capacidade técnica, independente da época de expedição ou localidade.

11.3. As Propostas Técnicas das licitantes serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

11.3.1.1. Plano de Comunicação

10.3.1.2. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

- a) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos;
- c) do papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico;
- d) do problema específico de comunicação da CONTRATANTE.

Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema 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 da CONTRATANTE com seus públicos;
- d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;
- g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos da CONTRATANTE e a verba disponível.

11.3.1.4. Ideia Criativa

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a exequibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

11.3.1.5. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade, demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

11.3.1.6. Capacidade de Atendimento

- a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá a disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre a CONTRATANTE e a licitante, esquematizado na Proposta;
- e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

11.3.1.7. Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência;
- b) a clareza das peças;

qualidade da execução e do acabamento.

11.3.1.8. Relatos de soluções de problemas de comunicação

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

11.3.2. A nota de cada licitante corresponderá a soma das notas dos quesitos.

11.3.3. A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório. No caso de persistir a diferença de pontuação após esta reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

11.3.4. Em caso de empate na pontuação técnica será considerado como classificado em primeiro lugar, em face do licitante com o qual empatou, o licitante que tiver obtido a maior pontuação no item relativo à Ideia Criativa. Permanecendo ainda o empate, será classificado em primeiro lugar, em face do licitante com o qual empatou, o licitante que tiver obtido a maior pontuação no item relativo à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para os clientes, conteúdo do envelope 3.

11.3.5. Se ainda persistir, o empate entre duas ou mais propostas técnicas, será observado o disposto no §2º do art. 3º da Lei 9.433/2005 e, permanecendo o empate, proceder-se-á o sorteio em ato público a ser realizado na própria sessão prevista na segunda sessão ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação, cuja data será divulgada através de publicação no Diário dos Municípios e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

11.3.6. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do edital, do Termo de Referência e seus anexos;
- b) não alcançar, somadas todas as etapas, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos.

11.4. A proposta que obtiver a maior nota final será a primeira classificada, a segunda maior nota a segunda classificada e assim sucessivamente.

11.4.1. Aos quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

Quesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária / Subquesitos		70
Raciocínio Básico	XX	
Estratégia de Comunicação Publicitária	XX	
Ideia Criativa	XX	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	XX	
Conjunto de Informações		30
Capacidade de Atendimento	XX	
Repertório	XX	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	XX	
Pontuação Máxima Total		100

11.4.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e seus atributos, de acordo com as pontuações máximas, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

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

11.4.4. Persistindo a diferença de pontuação prevista acima, após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado,

que será assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica e passará a compor o processo da licitação.

11.4.5. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

11.4.6. Será considerada mais bem classificada na fase de julgamento da Proposta Técnica o licitante que obtiver a maior nota.

11.4.7. Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender as exigências aqui presente e no Edital e de seus Anexos;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua proposta técnica;
- c) Tentar influenciar a Comissão Especial de Contratações ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.
- d) Não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica aquelas que não obtiveram no mínimo 70% (setenta por cento) dos pontos da Proposta Técnica (invólucros 1 e 3), ou seja, menos de 49 (quarenta e nove) pontos no Plano de Comunicação Via Não Identificada e menos de 21 (vinte e um) pontos no Conjunto de Informações.

11.4.8. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuações a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos.

11.4.9. A fim de subsidiar a correspondência entre os atributos acima elencados aos quesitos/atributos e as notas a eles concedidas, poderá ser aplicada pelos Membros da Subcomissão Técnica, de forma alternativa e/ou complementar na análise técnica dos quesitos, as vinculações motivadoras abaixo:

I - Parcialmente atendido (de 0 a 40% da nota máxima)

Quando o proposto contempla parcialmente os aspectos do quesito/atributo em julgamento, conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, e/ou com desvios significativos do que foi solicitado.

II - Medianamente atendido (mais de 40 até 70% da nota máxima)

Quando o proposto contempla satisfatoriamente os aspectos do quesito/atributo em julgamento, conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, mas, com pequenos desvios do que foi solicitado.

III - Plenamente atendido (mais de 70 até 100% da nota máxima)

Quando o proposto contempla integralmente os aspectos do quesito/atributo em julgamento, conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, e/ou possui apenas irrelevantes detalhes e desvios do que foi solicitado.

12. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1 As Propostas de Preços deverão ser apresentadas com base no modelo que será disposto no edital e deverá ter um prazo de validade mínimo de 90 (noventa) dias corridos, contados a partir de sua apresentação.

12.2 Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade do licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

12.3 As Propostas de Preços dos licitantes classificados no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Termo de Referência, Edital e em seus anexos.

12.4 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta, que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços, ou incidir em desobediência às regras do Edital.

12.5 O licitante deverá apresentar uma única Proposta de Preços da qual constarão os seguintes itens:

12.5.1 Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agência de Propaganda do Estado do Piauí – SINAPRO/PI, em vigor na data de publicação do Edital, a ser concedido pela agência a Prefeitura de Picos;

12.5.2 Percentual de honorários sobre serviços externos de produção e à execução técnica de peça e ou material intermediados e supervisionados pela agência; e, sobre a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;

Percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo pago pela Prefeitura de Picos;

12.5.4 Percentual de remuneração sobre o valor da contratação da mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65.

12.6 A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, que irá praticar os abaixo definidos percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura de Picos.

12.6.1 70% (setenta por cento) a atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado;

12.6.2 70% (setenta por cento) sobre o valor original da cessão dos direitos, aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças na reutilização das peças por direito igual ao inicialmente pactuado.

12.7 A proposta de política de preços deverá levar em consideração que a Prefeitura de Picos efetuará o pagamento nos prazos cabíveis e adequados no mercado, a contar do recebimento da nota fiscal.

12.8 Os preços ofertados pelo licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão dos serviços por ela prestados, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

12.9 A classificação da Proposta de Preços se dará da seguinte forma:

12.9.1 Percentual de desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Piauí, fixados no limite estabelecido nos quesitos:

PERCENTUAL DE DESCONTO SOBRE A LISTA DE CUSTOS INTERNOS	PONTOS
de 70% ou acima	40 pontos
de 65% a 69,99%	30 pontos
de 40% a 64,99%	20 pontos
de 30% a 39,99%	10 pontos

12.9.2 Percentual de honorários incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; 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; 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:

PERCENTUAL DE HONORÁRIOS	PONTOS
até 10%	20 pontos
11%	18 pontos
12%	15 pontos
13%	12 pontos
14%	10 pontos
15%	05 pontos

12.9.3 Percentual de honorários, quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

PERCENTUAL DE HONORÁRIOS	PONTOS
até 5%	20 pontos
6%	18 pontos
7%	16 pontos
8%	14 pontos
9%	12 pontos
10%	10 pontos

Percentual de remuneração sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunerar a agência pelo desconto de agência.

PERCENTUAL DE REMUNERAÇÃO	PONTOS
até 15%	20 pontos
16%	18 pontos
17%	15 pontos
18%	12 pontos
19%	10 pontos
20%	05 pontos

12.9.5 Será considerada a melhor Proposta de Preço, aquela que atingir a maior pontuação através das fórmulas:

NFPP = Nota final da Proposta de Preço;

D1 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Piauí;

D2 – Pontuação aplicada ao Percentual de honorários incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; 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; 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;

D3 – Pontuação aplicada ao Percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo. D4 - Pontuação aplicada ao Percentual de remuneração sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunerar a agência pelo desconto de agência.

12.9.6 A Nota Final da Proposta de Preços será encontrada aplicando-se a fórmula:

$$NPP = D1 + D1 + D2 + D4$$

13. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

13.1 A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo:

$$NPF = (NPT \times 0,70) + (NFPP \times 0,30)$$

onde:

NPF = Nota Ponderada Final;

NPT = Nota Proposta Técnica;

NFPP = Nota Final da Proposta de Preço

13.2 Para efeito de desempate entre as licitantes que obtiverem a mesma Nota Média Ponderada Final, será considerada a maior nota obtida nos seguintes quesitos, pela ordem:

a) Raciocínio Básico;

b) Ideia Criativa.

13.3 Persistindo o empate na classificação final, após verificadas as normas de desempate estabelecidas acima, serão aplicados os critérios de desempate previstos no Art. 60 da Lei Federal nº 14.133/2021.

13.4 A Comissão de Contratações e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da Prefeitura de Picos, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo do certame.

13.5 Será considerada vencedora, a licitante mais bem classificada no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços.

13.6 Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para microempresas e empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate aquelas situações em que o resultado final, constituindo pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam iguais à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada e desde que não seja uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

14. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (INVÓLUCRO 5)

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

INVÓLUCRO Nº 5

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024.
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 131/2024.

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO AGÊNCIA:

CNPJ:
E-mail(s)
Telefone(s)
Celular(es)

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

14.3 A habilitação jurídica e regularidade fiscal e trabalhista serão as padronizadas nos editais da Prefeitura Municipal de Picos.

15. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

15.1 Na fase de habilitação, a Comissão de Contratação examinará a pertinência, segundo as exigências a seguir descritas, quanto à documentação contida no invólucro nº 05.

15.2 O não atendimento de qualquer das condições aqui previstas e/ou das diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do processo, provocará a inabilitação do licitante.

15.3 A documentação de habilitação poderá ser apresentada em original ou por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou servidor da Administração competente, ou publicação em órgão de imprensa oficial, ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão de Contratação.

15.4 O invólucro nº 05 deverá conter os documentos relativos à regularidade jurídica, regularidade fiscal e trabalhista, à qualificação econômico-financeira e à qualificação técnica, bem como declarações.

15.5 Documentação relativa à Habilitação Jurídica, Regularidade Fiscal e Trabalhista:

15.5.1 Ato constitutivo devidamente registrado no Cartório competente, acompanhado, quando o caso, de prova da diretoria em exercício com a relação nominal e respectivo CPF de cada dirigente;

15.5.2 Comprovação de inscrição no CNPJ/MF;

15.5.3 Certidão negativa, ou certidão positiva com efeitos de negativa junto à Receita Federal do Brasil e à Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, através da apresentação da Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;

15.5.4 Certidão negativa, ou certidão positiva com efeitos de negativa, junto à Fazenda Estadual da sede do participante;

15.5.5 Certidão Negativa, ou certidão positiva com efeitos de negativa junto a Fazenda Municipal da sede do participante;

15.5.6 Certidão de regularidade para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS;

15.5.7 Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), ou certidão com os mesmos efeitos da CNDT;

15.5.8 No caso de isenção ou imunidade tributária relacionadas ao objeto, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de documento correspondente.

15.6 Documentação relativa à qualificação econômica financeira:

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

15.6.1.1 No caso de certidão positiva de recuperação judicial ou extrajudicial, o licitante deverá apresentar a comprovação de que o respectivo plano de recuperação foi acolhido judicialmente, na forma do art. 58 da Lei n. 11.101, de 9 de fevereiro de 2005, devendo, ainda, comprovar todos os demais requisitos de habilitação.

15.6.2 Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais;

verificada a boa situação financeira da empresa, baseando-se no Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social. Serão avaliados os seguintes índices financeiros, que devem atender aos critérios estabelecidos:

15.6.3.1 A Liquidez Geral mede a capacidade da empresa de quitar suas obrigações de curto e longo prazo. O índice deve ser igual ou maior que 1.

A fórmula para o cálculo da Liquidez Geral é:

Liquidez Geral:
$$\frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Ativo não Circulante}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo não Circulante}}$$

15.6.3.2 A Solvência Geral avalia a capacidade da empresa de cumprir todas as suas obrigações. O índice também deve ser igual ou maior que 1. A fórmula para o cálculo da Solvência Geral é:

Índice de Solvência Geral:
$$\frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo não Circulante}}$$

15.6.3.3 A Liquidez Corrente mede a capacidade da empresa de pagar suas dívidas de curto prazo com seus ativos circulantes. O índice deverá ser igual ou maior que 1,3. A fórmula para o cálculo da Liquidez Corrente é:

Liquidez Corrente:
$$\frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

15.7 Documentação relativa à qualificação técnica:

15.7.1 Certidão(ões) ou atestado(s) de Capacidade Técnica que comprove a criação e a veiculação de campanha publicitária de complexidade compatível com os serviços objeto desta licitação, com montante equivalente a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, cujas peças tenham sido veiculadas, simultaneamente, em rádio, televisão, jornal de abrangência estadual e internet. Sendo admitido o somatório de atestados de campanhas realizadas dentro do período de 1 (um) ano.

15.7.1.1 As certidões ou atestados deverão conter minimamente as seguintes informações/requisitos: constar o nome do licitante e ser emitido em papel timbrado do ATESTANTE, contendo sua razão social, telefone de contato e assinatura do responsável pela declaração.

15.7.1.2 O licitante disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foram prestados os serviços, entre outros documentos.

15.7.2 A prática de se comprovar tal aptidão de desempenho das agências se mostra como uma prática válida e necessária para aferir a qualidade técnica e a expertise histórica da agência, ao estabelecer padrões similares de valores, de amplitude e de abrangência necessários para a execução de serviços publicitários, visando averiguar sua capacidade de atendimento.

15.7.3 Considerando art. 2º da Lei Federal 12.232/10, as agências devem ter capacidade de desempenhar integralmente o conjunto de atividades que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

15.7.4. Declarações que deverão ser apresentadas no envelope nº 05.

15.7.4.1 Declaração expressa de ausência de fatos impeditivos à participação no certame. (Anexo IV)

15.7.4.2 Declaração expressa de que o licitante não emprega trabalhador nas situações previstas no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição da República, assinada pelo representante legal do licitante. (Anexo V)

15.7.4.3 Declaração de pleno conhecimento do objeto da presente contratação e das exigências contidas neste edital e seus anexos. (Anexo VI)

15.7.4.4 Que não se enquadra em nenhuma das hipóteses restritivas estabelecidas neste Edital, bem como na Lei Federal nº 14.133/21. (Anexo VII)

15.7.4.5 Declaração de que não se acha declarada inidônea para licitar e contratar com o Poder Público ou esteja suspensa do direito de contratar ou licitar com a Administração Pública. (Anexo VIII)

15.7.4.6 Declaração expressa de que o licitante se adequa à legislação de privacidade e proteção de dados vigente (Lei Federal nº 13.709/18 - Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD e alterações), conforme previsto no art. 30, inc. IV da Lei 8.666 de 21 de junho de 1993. (Anexo IX)

15.7.5 Toda a documentação exigida deverá ser apresentada por uma das seguintes formas:

original;

15.7.5.2 Extraídos pela internet, com vigência plena na data fixada para sua apresentação.

15.7.5.3 Publicado em Órgão da Imprensa Oficial, quando cabível.

15.7.6 Na fase de habilitação também serão realizadas consultas:

- a) ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - (CEIS) do Portal da Transparência;
- b) ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa disponível no Portal do CNJ;

15.7.7 Sob pena de inabilitação, todos os documentos apresentados para habilitação deverão estar em nome do licitante e, preferencialmente, com número do CNPJ e endereço respectivo, observando-se que:

15.7.7.1 se o licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz;

15.7.7.2 se o licitante for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial;

15.7.7.3 se o licitante for matriz, e o executor do contrato for filial, a documentação deverá ser apresentada com CNPJ da matriz e da filial, simultaneamente; e

15.7.7.4 serão dispensados da filial aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

15.7.8 Os documentos eletrônicos produzidos com a utilização de processo de Autenticação Digital e de certificação disponibilizada pela ICP-Brasil, nos termos da Medida Provisória nº 2.200-2, de 24 de agosto de 2001, serão recebidos e presumidos verdadeiros em relação aos signatários, dispensando-se o envio de documentos originais e cópias autenticadas em papel.

15.7.9 Os documentos que não possuírem prazo de vigência estabelecido pelo órgão expedidor, deverão ser datados dos últimos 180 (cento e oitenta) dias anteriores à data de abertura da sessão.

15.7.10 Os documentos mencionados neste item não poderão ser substituídos por qualquer tipo de protocolo ou apresentados por meio de discos magnéticos.

15.7.11 A apresentação dos documentos em desacordo com o previsto neste item, a sua ausência ou o não atendimento a diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo, inabilitará o licitante.

16. DAS SESSÕES DE ABERTURA DOS INVÓLUCROS

16.1 Os invólucros com as Propostas Técnicas (invólucros nº 1 a nº 3) e as Propostas de Preços (invólucro nº 4) serão entregues à Comissão de Contratação, em sessão pública, na data, local e horário determinados, gravada em áudio e vídeo, conforme §§ 2º e 5º do Art. 17 da Lei Federal nº 14.133/2021.

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

16.1.2 Na primeira sessão fica proibida a captação de imagem por fotos ou qualquer tipo de gravação dos Planos de Comunicação Publicitária, a fim de garantir o devido sigilo das propostas técnicas até a abertura e cotejo do invólucro nº 2 na segunda sessão.

16.1.3 Qualquer manifestação a respeito das Propostas e da Habilitação, pelos licitantes, poderá ser feita durante as sessões públicas, no momento determinado para tal pela Comissão de Contratação.

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

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

16.2 RITOS DA PRIMEIRA SESSÃO

16.2.1 Abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo do Edital e terá a seguinte pauta inicial:

16.2.1.1 Identificação e Credenciamento dos Representantes dos licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2.

16.2.1.2 Colher informações e a assinatura dos presentes em uma lista; coletando informações e a assinatura dos presentes em uma lista.

16.2.1.3 Após 10 (dez) minutos do horário marcado para recebimento dos invólucros e a documentação, nenhum outro invólucro, documento ou quaisquer será recebido e protocolado.

16.2.1.4 Os

representantes dos licitantes presentes na sessão deverão em comum acordo indicar um deles para representar todos os licitantes com o fim de acompanhar a abertura dos invólucros e rubricar o conteúdo dos mesmos, quando solicitado pela Comissão de Contratação.

16.2.1.5 A Comissão de Contratação, antes do procedimento previsto no subitem seguinte, adotará medidas para evitar que seus membros e ou o representante dos licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

16.2.2 Após o credenciamento a Comissão de Contratação irá receber os invólucros nº 1, 2, 3 e 4:

16.2.2.1 O invólucro padronizado nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), deverá ser entregue colado/fechado e não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, não poderá apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação do licitante, não poderá estar danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação do licitante, para preservar – até a abertura do invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

16.2.2.2 Havendo motivos para o não recebimento do invólucro nº 1, também impedirá o recebimento dos demais invólucros do mesmo licitante, que será desclassificada.

16.2.3 A Comissão de Contratação e todos os representantes credenciados presentes deverão assinar/rubricar no fecho dos invólucros nº 2 e nº 4 que permanecerão fechados sob a guarda da Comissão, até a sessão designada para abertura de cada um deles.

16.2.4 A Comissão de Contratação deverá abrir os invólucros padronizados nº 1 (Via Não Identificada), com muito cuidado para não danificar o conteúdo produzido pelas agências, e verificar se tem algum elemento que possa identificar o licitante. Após a verificação, a Comissão de Contratação e o representante eleito dentre os licitantes deverão vistar o conteúdo dos invólucros nº 1.

16.2.5 Após, a Comissão de Contratação abrirá os invólucros de nº 03, rubricando os seus conteúdos juntamente com o representante eleito dentre os licitantes.

16.2.6 Se, ao examinar o conteúdo dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Contratação e ou os representantes dos licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Contratação desclassificará o licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

16.2.7 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.

16.2.8 Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, os licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão de Contratação.

16.2.9 Se houver desistência expressa em ata de todas os licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade com a informação de que os licitantes serão convocados para a próxima sessão na forma do Edital.

16.2.10 Após a análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros nº 1 e nº 3 deverá ser observado os seguintes procedimentos:

a) A Comissão de Contratação irá suspender a primeira sessão, e posteriormente seguir os tramites de envio para a análise individualizada e julgamento pela Subcomissão Técnica das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problema de Comunicação, devendo elaborar a Ata da Sessão de recebimento dos invólucros, de nº 01, 02, 03 e 04.

b) A Subcomissão Técnica deverá efetuar a análise individualizada e julgamento das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados no Edital;

c) Após análise individualizada e julgamento pela Subcomissão Técnica, cada membro avaliador(a) deverá transcrever na planilha as pontuações e as justificativas escrita das razões que as fundamentaram em cada caso, sendo uma planilha de pontuações para cada licitante e para cada avaliador(a), tendo como referência o mesmo Mote/Conceito da Campanha para todos avaliadores, e ao final do documento cada avaliador(a) deverá inserir dados pessoais e assinar a ata relativa ao julgamento.

d) A Subcomissão Técnica deverá encaminhar para a Comissão de Contratação, as Atas de julgamentos individualizados dos invólucros nº 01 e os invólucros nº 01 com seus conteúdos.

Comissão de Contratação encaminhará para a Subcomissão Técnica, os Invólucros nº 3, Conjunto de Informações dos Licitantes com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

f) A Subcomissão Técnica deverá efetuar a análise individualizada, julgamento e justificativas da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados do Edital;

g) Após análise individualizada e julgamento pela Subcomissão Técnica, cada membro avaliador(a) deverá transcrever na planilha as pontuações e as justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso; sendo uma planilha de pontuações para cada licitante e para cada avaliador(a), e ao final do documento cada avaliador(a) deverá inserir dados pessoais e assinar a ata relativa ao seu julgamento.

h) A Subcomissão Técnica após elaboração das planilhas com as pontuações e justificativas deverá gerar Ata da análise, na qual deverá ser assinada por todos(as) avaliadores(as).

i) A Subcomissão Técnica deverá encaminhar para a Comissão de Contratação as Atas de julgamentos individualizados dos invólucros nº 03 e os invólucros nº 03 com seus conteúdos.

16.2.11 Os membros da Subcomissão Técnica lançarão nota individual para cada quesito e seus atributos do Plano de Comunicação Publicitária, bem como do Conjunto de Informações, e, elaborarão as motivações das notas para cada quesito analisado em planilhas, aferindo a média aritmética para cada quesito.

16.2.12 As planilhas deverão conter, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada quesito e correspondentes atributos do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelos licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos e correspondentes atributos do Conjunto de Informações:

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação de cada licitante.

16.2.13 Se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuações a seus quesitos a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, ficando assim de posse da Comissão de Contratação, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase.

16.2.14 O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras aqui previstas resulte na identificação do licitante antes da abertura do invólucro nº 2.

17.3 RITOS DA SEGUNDA SESSÃO

17.3.1 A segunda sessão terá a seguinte pauta:

a) Identificação dos representantes dos licitantes. Caso o licitante não tenha tido representante na sessão anterior, deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2; caso seja o(a) mesmo(a) representante já credenciado na primeira sessão não tem a necessidade de apresentar novamente a documentação.

b) Ato contínuo abertura dos Invólucros nº 2;

c) A Comissão de Contratação e o representante eleito pelos licitantes deverão rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 2, e posteriormente efetuar o cotejo das vias não identificadas (invólucro nº 1) com as vias identificadas (invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria (exemplo do cotejo, comparar o conteúdo da primeira página do caderno 1, com a primeira página do caderno 2, já será identificado a agência autora da proposta).

d) Verificação da pontuação total obtida pelos licitantes, considerados os dois invólucros (nº 1 e nº 3), julgados pela Subcomissão Técnica, para efeito de obtenção da pontuação mínima prevista na alínea “c” do subitem 8.4 e proclamação do resultado da Proposta Técnica.

d1) Executar o sorteio previsto no subitem 8.15, quando for o caso.

d2) Elaboração de planilha geral com as pontuações, obtendo-se a classificação dessa etapa.

17.3.2 Será proclamado resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação crescente, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

17.3.3 Será publicado o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, com a indicação das licitantes classificadas e desclassificadas em ordem crescente de pontuação, abrindo-se o prazo para a interposição de recurso.

Havendo a presença de todas os licitantes, bem como a desistência expressa das mesmas quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, sendo que a Comissão de Contratação dará prosseguimento ao certame.

18.4 RITOS DA TERCEIRA SESSÃO

18.4.1 Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de abertura das Propostas de Preço – invólucro nº 4 das licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) Identificação dos representantes dos licitantes. Caso o licitante não tenha tido representante nas sessões anteriores, deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- b) Abertura dos invólucros nº 4, análise e rubrica de seus conteúdos pela Comissão de Contratação e Licitantes;
- c) Julgamento das Propostas de Preço, nos termos das exigências fixadas no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, adotandose o procedimento e regras previstas para o julgamento da Proposta de Preço e pontuação final, de acordo com o resultado obtido na média ponderada através das valorizações nas propostas técnicas e de preço;
- d) Informar que o resultado do julgamento final da Proposta de Preço e das Propostas será publicado, com a indicação da ordem de classificação, abrindose prazo para interposição de recurso;
- e) Havendo a presença de todas os licitantes, bem como a desistência expressa dos mesmos quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, pelo que Comissão de Contratação dará prosseguimento ao certame.

18.5 RITOS DA QUARTA SESSÃO

18.5.1 Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos documentos de Habilitação – invólucro nº 5 dos licitantes classificados. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) Identificação dos representantes dos licitantes. Caso o licitante não tenha tido representante nas sessões anterior, deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no credenciamento;
- b) Recebimento e abertura dos invólucros nº 5, dos licitantes classificados e decidir sobre a habilitação, conforme exigências fixadas;
- c) Caso a Comissão de Contratação julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão, sendo o julgamento publicado posteriormente;
- d) Informar o resultado da habilitação;
- e) Do resultado do julgamento habilitação e inabilitação, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de no prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso.
- f) Havendo a presença de todos os licitantes, bem como a desistência expressa dos mesmos quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, sendo que a Comissão de Contratação dará prosseguimento ao certame.

19. DA MODALIDADE E TIPO DA LICITAÇÃO

19.1. Nesta contratação, será adotada a modalidade Concorrência, na forma presencial, conforme estabelece a legislação vigente. Quanto ao tipo de licitação, o art. 6º, inciso XXXVIII, alínea "c" da Lei nº 14.133/2021 determina que o critério "técnica e preço" deve ser utilizado exclusivamente para serviços especiais, como é o caso desta contratação.

19.2. Ademais, o art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que regulamenta as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, torna obrigatória a adoção dos tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço". A utilização da modalidade concorrência, na forma presencial, se justifica pela inexistência, até o momento, de sistema eletrônico capaz de garantir a ausência de metadados nos arquivos relacionados ao Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada, os quais poderiam revelar a identidade dos licitantes de maneira indevida.

19.3. Optar pelo critério "técnica e preço" é pertinente e atende às necessidades da Prefeitura Municipal de Picos, permitindo a seleção da empresa com a melhor qualificação técnica entre as concorrentes, ao mesmo tempo em que possibilita a negociação e obtenção do menor preço para a execução contratual, dentro das propostas tecnicamente habilitadas. Portanto, a presente

se enquadra adequadamente na utilização do critério "técnica e preço", visto que envolve um valor contratual significativo e requer uma atuação publicitária abrangente e de natureza predominantemente intelectual.

19.4. Considerando o público-alvo das campanhas, a região a ser atingida e os diversos meios de comunicação a serem utilizados, esse critério é o mais adequado para garantir o sucesso das ações previstas, considerando que as notas das Propostas Técnicas terão peso 7 (sete) e as notas das Propostas de Preços terão peso 3 (três).

19.5. O peso maior de 7 (sete) para a Proposta Técnica se justifica porque as características do serviço de publicidade são peculiares e diferenciadas e não se enquadram no conceito de bens e serviços comuns, portanto a vantajosidade da oferta não é medida exclusivamente pelo seu preço. A vantagem maior reside na qualidade técnica e intelectual do serviço ofertado.

19.6. Por outro lado, será atribuído o peso menor de 3 (três) com o intuito de a seleção levar em conta não somente fatores de ordem técnica para avaliação do melhor serviço, mas também o fator preço, o que pode incentivar os licitantes a apresentarem propostas comerciais economicamente mais vantajosas.

Pelo exposto, a presente contratação será feita por Concorrência, do tipo "técnica e preço", com os pesos respectivos de 7 (sete) e 3 (três).

20. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

20.1 Das decisões e atos da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica, será facultado aos proponentes, nos termos do art. 165 da Lei Federal nº 14.133/21:

20.1.1 I - recurso, no prazo de 3 (três) dias úteis, contado da data de intimação ou de lavratura da ata, em face de:

- a) ato que defira ou indefira pedido de pré-qualificação de interessado ou de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento;
- b) julgamento das propostas;
- c) ato de habilitação ou inhabilitação de licitante;
- d) anulação ou revogação da licitação;
- e) extinção do contrato, quando determinada por ato unilateral e escrito da Administração;

II - pedido de reconsideração, no prazo de 3 (três) dias úteis, contado da data de intimação, relativamente a ato do qual não caiba recurso hierárquico.

20.2. A Comissão de Contratação poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, contados do recebimento do recurso, ou fazê-lo subir à Autoridade Superior, devidamente informados, para deferimento ou indeferimento, dentro do prazo citado.

20.3 A interposição de recurso ou representação será comunicada aos demais proponentes, que poderão impugná-lo no prazo de 3 (três) dias úteis, contados da intimação do ato.

21. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

21.1 Reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma dos incisos XI, XII e XIII do artigo 11 da Lei nº 12.232/10, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado.

22. DO MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

22.1 O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e das Leis pertinentes, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

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

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

22.4 A Prefeitura poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

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

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

22.7 O fiscal técnico do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

22.8 O fiscal técnico do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

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

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

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

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

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

22.14 O fiscal administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

22.15 Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência.

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

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

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

22.19 O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções.

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

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

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

22.23 O contratado deverá manter preposto aceito pela Administração no local do

23. DA FISCALIZAÇÃO TÉCNICA E ADMINISTRATIVA

23.1 A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos.

23.2 O fiscal

técnico do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração. serviço para representá-lo na execução do contrato.

23.3 O fiscal técnico do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

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

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

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

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

23.8 O fiscal administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

23.9 Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência;

24. DA VIGÊNCIA E DAS ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

24.1 Da vigência contratual

24.1.1 Após a homologação da licitação, o adjudicatário terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data de sua convocação, para assinar o Termo de CONTRATO, cuja vigência será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado nos termos da Lei 14.133/2021, respeitada a vigência máxima decenal.

24.2 Das prorrogações

24.2.1 Para fins de renovação contratual, o gestor do contrato, com base no histórico de gestão do contrato e nos princípios da manutenção da necessidade, economicidade e oportunidade da contratação, deverá encaminhar à área administrativa, com pelo menos 60 (sessenta) dias de antecedência do término do contrato, a respectiva documentação para o aditamento.

24.3 Do reajuste

24.3.1 O contrato será irreajustável, visto que os valores dos serviços são baseados em tabela vigente do SINAPRO/PI, à qual é atualizada conforme as regras do próprio Sindicato.

24.4 Das alterações contratuais

24.4.1 Nos termos da legislação em vigor, durante a fase de execução da prestação dos serviços o contrato poderá ser alterado, desde que justificadamente, na forma prevista no art. 124 da lei nº 14.133, de 2021. as alterações contratuais devem ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, que deverá ser submetido à prévia aprovação da consultoria jurídica do contratante.

25. DA FORMA DE PAGAMENTO

25.1 O pagamento decorrente da concretização do objeto será efetuado pelo contratante após a comprovação da entrega do objeto nas condições exigidas, mediante atestação do responsável e apresentação dos documentos fiscais atualizados, no prazo de até 30 (trinta) dias.

25.2 A nota fiscal/fatura deverá ser emitida pela contratada e pelos veículos/fornecedores em inteira conformidade com as exigências legais contratuais, especialmente as de natureza fiscal.

25.3 Identificada pelo contratante qualquer divergência na nota fiscal/fatura, deverá devolvê-la à contratada para que sejam feitas as correções necessárias, sendo que o prazo estipulado acima será contado somente a partir da reapresentação do documento desde que devidamente sanado o vício.

devolução da documentação de cobrança não aprovada pelo CONTRATANTE não servirá de motivo para que a CONTRATADA suspenda a execução dos serviços ou deixe de efetuar os pagamentos devidos aos seus empregados envolvidos na execução contratual.

25.4 Os pagamentos devidos pelo contratante serão efetuados por meio de depósito ou transferência eletrônica em conta bancária a ser informada pela contratada, ou, eventualmente, por outra forma que vier a ser convencionada entre as partes, vedando-se o pagamento por meio de boleto bancário.

25.5 Uma vez paga a importância discriminada na nota fiscal/fatura, a contratada dará ao contratante plena, geral e irretratável, quitação dos valores nela discriminados, para nada mais vir a reclamar ou exigir a qualquer título, tempo ou forma.

25.6 Após efetivar o pagamento, a CONTRATADA deverá apresentar à Prefeitura Municipal de Picos comprovantes de pagamento dos executores envolvidos nas atividades, em até 05 (cinco) dias úteis após a efetiva quitação da Nota Fiscal, podendo ser entregue também em mídia digital, devendo constar:

- Nome do executor;
- Data do pagamento; e
- Valor pago (valores líquidos pactuados pelas atividades).
- Os comprovantes de veiculação, produção e outros apresentados devem se ater aos executores constantes nas atividades realizadas.

25.7 Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a Contratada não tenha concorrido para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação financeira devida pela Contratante, entre a data do vencimento e o efetivo adimplemento da parcela, é calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$EM = I \times N \times VP$, sendo:

EM = Encargos moratórios;

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = Valor da parcela a ser paga.

I = Índice de compensação financeira = 0,00016438, assim apurado:

$I = (TX)$

$I = (6/100) \times 365 \times I = 0,00016438$

TX = Percentual da taxa anual = 6%.

25.8 Na realização do pagamento serão retidos os tributos devidos conforme as normas em vigor e passíveis de retenção pela Prefeitura, devendo o fornecedor indicar estes valores no documento fiscal.

25.9 Nenhum pagamento será efetuado enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira ou técnica que lhe for imposta, em virtude de penalidade ou inadimplência, sem que isso gere direito ao pleito do reajustamento de preços ou correção monetária.

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

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

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

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

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

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

26. DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA

26.1 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula:

26.1.1 Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com base na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Piauí, vigente à época da prestação dos serviços, com a concessão do percentual de desconto conforme Termo de Referência.

26.1.2 Percentual de honorários, conforme Termo de Referência, incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; 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; 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;

26.1.3 Percentual de honorários, conforme Termo de Referência, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

26.1.4 Percentual de remuneração, conforme Termo de Referência, sobre o valor da contratação da mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto padrão.

26.1.5 A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº. 4.680/65 e Normas Padrão do CENP, conforme abaixo:

26.1.6 A CONTRATADA repassará, quando cabível, à Prefeitura, o valor correspondente ao percentual respectivo constante do Anexo “B” das Normas Padrão – CENP, Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído pelo item 6.4 das Normas Padrão do CENP.

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

26.1.8 A CONTRATADA se compromete a apresentar planilha detalhada com os valores previstos na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Piauí, vigente na data de prestação dos serviços, e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE.

26.1.9 Os honorários e a remuneração de que tratam os subitens

26.1.2 a 26.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado pelos fornecedores.

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

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

27. DO DESCONTO DE AGÊNCIA

27.1 Além da remuneração, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65 e Normas Padrão do CENP e com as demais disposições.

27.2 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do artigo 19 da Lei 12.232/2010.

28. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

28.1 As despesas afetas à execução deste objeto correrão à conta das dotações orçamentárias acostadas aos autos.

29. DAS INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

licitante ou o contratado será responsabilizado administrativamente pelas seguintes infrações:

- 29.1.1 Dar causa à inexecução parcial do contrato;
- 29.1.2 Dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- 29.1.3 Dar causa à inexecução total do contrato;
- 29.1.4 Deixar de entregar a documentação exigida para o certame;
- 29.1.5 Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- 29.1.6 Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- 29.1.7 Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;
- 29.1.8 Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;
- 29.1.9 Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- 29.1.10 Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- 29.1.11 Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- 29.1.12 Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013;
- 29.2 Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas previstas nesta Lei as seguintes sanções:
 - 29.2.1 Advertência;
 - 29.2.2 Multa;
 - 29.2.3 Impedimento de licitar ou contratar;
 - 29.2.4 Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.
- 29.3 Na aplicação das sanções será considerado o disposto no § 1º, do art. 156 da Lei nº 14.133/21.
- 29.4 A sanção prevista no subitem 26.2.1 será aplicada exclusivamente pela infração administrativa prevista no subitem 26.1.1, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
- 29.5 A sanção prevista no subitem 26.2.2, aplicável ao responsável por qualquer das infrações administrativas previstas no item 26.1, será de até 20% do valor do contrato/Ata, não podendo ser inferior a 0,5%, observado o disposto no item 26.3.
- 29.6 A sanção prevista no subitem 26.2.3 será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos subitens 26.1.2, 26.1.3, 26.1.4, 26.1.5, 26.1.6 e 26.1.7, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo que tiver aplicado a sanção, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.
- 29.7 A sanção prevista no subitem 2.2.4 será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos subitens 29.1.8, 26.1.9, 29.1.10, 29.1.11 e 29.1.12, bem como pelas infrações administrativas previstas nos incisos 96.1.2, 29.1.3, 29.1.4, 29.1.5, 29.1.6 e 29.1.7 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção referida no § 4º deste artigo, e impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.
- 29.8 A sanção estabelecida no subitem 26.2.4 será precedida de análise jurídica e observará o disposto no art. 156, § 6º, da Lei nº 14.133/21.
- 29.9 As sanções previstas nos subitens 26.2.1, 26.2.3 e 26.2.4 poderão ser cumulativamente aplicadas com a prevista no subitem 26.2.2.
- 29.10 A aplicação das sanções previstas nos subitens 26.2.3 e 26.2.4 requererá a instauração de processo de responsabilização para avaliação dos atos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o contratado para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.
- 29.11 A aplicação de multa de mora não impedirá que a Administração a converta em compensatória e promova a extinção unilateral do contrato com a aplicação cumulada de outras sanções previstas na Lei Federal nº 14.133/21.
- 29.12 A reabilitação do licitante será admitida na forma do art. 163 da Lei Federal nº 14.133/21.
- 29.13 A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo.
- 29.14 Serão aplicadas às pessoas jurídicas consideradas responsáveis pelos atos lesivos previstos na Lei Anticorrupção as sanções descritas no art. 6º da Lei nº 12.846/13.
 - 29.14.1 A responsabilidade será apurada por intermédio de instauração de processo administrativo de apuração de responsabilidade da pessoa jurídica.

sanções serão aplicadas fundamentadamente, isolada ou cumulativamente, de acordo com as peculiaridades do caso concreto e com a gravidade e natureza das infrações.

29.14.3 A aplicação das sanções previstas no art. 6º da Lei nº 12.846/13 não exclui, em qualquer hipótese, a obrigação da reparação integral do dano causado.

29.14.4 Serão levados em consideração na aplicação das sanções as condições previstas no art. 7º da Lei nº 12.846/13.

30. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

30.1 Caso seja necessário, a Comissão de Contratação poderá suspender a sessão da Concorrência a qualquer momento, em virtude do transcurso do tempo, para análise de propostas ou documentações, para realização de diligências ou parecer técnico, lavrando em ata que deverá ser assinada pela Comissão e licitantes presentes.

30.1.1 A intimação para continuidade da sessão poderá ser feita no ato da suspensão ou por meio de publicação no site da Prefeitura com antecedência mínima de 02 (dois) dias úteis, constando em ata a responsabilidade dos licitantes em acompanharem diariamente as publicações.

30.1.2 Os invólucros que não estiverem abertos ficarão em poder da Comissão em caso de suspensão da sessão.

30.2 O licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase desta licitação. A falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará na imediata desclassificação ou inabilitação do licitante, ou a rescisão contratual, sem prejuízo das sanções administrativas, civis e penais cabíveis.

30.3 Uma vez incluído no processo licitatório, nenhum documento será devolvido, salvo se original, desde que contenha a cópia, para conferência pela Comissão de Contratação.

30.4 Na análise da documentação e no julgamento das Propostas de Preços, a Comissão de Contratação poderá, a seu critério, solicitar o assessoramento técnico de órgãos ou de profissionais especializados, inclusive da Subcomissão Técnica.

30.5 Toda a documentação apresentada neste Edital e seus anexos são complementares entre si, de modo que qualquer detalhe que se mencione em um documento e se omita em outro será considerado especificado e válido.

30.6 A comissão, no interesse da Administração, poderá adotar medidas saneadoras, durante o certame, e relevar omissões e erros formais, observadas na documentação e proposta, desde que não contrariem a legislação vigente e não comprometam a lisura da licitação, sendo possível a promoção de diligências junto aos licitantes, destinadas a esclarecer a instrução do processo, conforme disposto na Lei Federal nº 14.133/21.

30.6.1 Se houver solicitação de documentos complementares, estes deverão ser apresentados em original e cópia, ou ainda enviados por e-mail.

30.6.2 O não cumprimento da diligência poderá ensejar a desclassificação da proposta ou inabilitação do licitante.

30.7 As decisões do Prefeito e da Comissão de Contratação serão publicadas no Diário dos Municípios, podendo ser solicitadas através do e-mail: licitacao@picos.pi.gov.br

30.8 A participação do licitante neste certame implica o conhecimento integral dos termos e condições inseridas neste Edital, bem como das demais normas legais que disciplinam a matéria.

30.9 A presente licitação não importa, necessariamente, em contratação, podendo a Instituição revogá-la, no todo ou em parte, por razões de interesse público, derivadas de fatos supervenientes comprovados ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação, mediante ato escrito e fundamentado.

30.10 O valor estimado para esta Concorrência levou em conta a possibilidade de adesão ao serviço objeto da licitação pelos municípios consorciados, ocasião que pode não se concretizar, considerando a autonomia municipal quanto a tanto; por este motivo, trata-se, efetivamente, de estimativa, sendo que os valores globais poderão ser menores, com o que a licitante concorda tacitamente; já no caso de aumentos, serão observados os limites legais para tanto.

30.11 A Prefeitura Municipal de Picos poderá prorrogar, por conveniência exclusiva, a qualquer tempo, os prazos para recebimento das propostas ou para sua abertura.

30.12 A Prefeitura Municipal de Picos reserva para si o direito de não aceitar ou receber qualquer serviço em desacordo com o previsto no Termo de Referência, ou em desconformidade com as normas legais ou técnicas pertinentes ao objeto.

30.13 Em

nenhuma hipótese os licitantes e/ou a futura contratada poderão alegar o desconhecimento das condições para a perfeita compreensão do objeto, o cumprimento das exigências de habilitação e/ou a integral execução contratual nos termos previstos neste instrumento, em seus encartes e no CONTRATO. O CONTRATANTE reserva para si o direito de corrigir eventuais erros de digitação, compilação ou transcrição de informações concernentes a esse documento e a seus apêndices/anexos.

30.14 Fica eleito o foro da Comarca de Picos, Estado do Piauí, para dirimir eventuais conflitos de interesses decorrentes desta licitação, valendo esta cláusula como renúncia expressa a qualquer outro foro, por mais privilegiado que seja ou venha a ser.

30.15 Constituem anexos deste Edital, dele fazendo parte integrante:

Apêndice A. Briefing para Elaboração da Proposta Técnica.

Anexo I. Termo de Referência;

Anexo II. Modelo de proposta de preços;

Anexo III. Modelo de Carta de Credenciamento;

Anexo IV. Modelo de declaração de Fatos Impeditivos;

Anexo V. Modelo de declaração de Empregador Pessoa Jurídica;

Anexo VI. Modelo de declaração de Pleno Conhecimento do Edital;

Anexo VII. Modelo de declaração de Ausência de Vínculo;

Anexo VIII. Modelo de declaração de idoneidade;

Anexo IX. Modelo de declaração de adequação à legislação de privacidade e proteção de dados;

Anexo X. Minuta contratual.

APÊNDICE A - BRIEFING PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA
NOME DA CAMPANHA

BRIEFING (Plano de Trabalho)

1. Fundamentos

O Município de Picos-PI prima pelo respeito as disposições legais referentes à comunicação/publicidade no serviço público. O direito dos cidadãos à informação relativa à aplicação das verbas públicas fundamenta o esforço empreendido pela administração municipal para divulgar da melhor forma as ações diversas compreendidas entre as Secretarias de Educação, Saúde, Desenvolvimento Social e Cidadania e demais organismos ligados à Prefeitura de Picos. Este certame licitatório objetiva garantir os meios legais para o cumprimento do preceito constitucional da publicidade dos atos oficiais, assim como suprir a necessidade de divulgação de eventos, obras e campanhas publicitárias que visam difundir ideias, serviços e informações sobre as diferentes formas de acesso a programas e benefícios, além de garantir uma padronização na comunicação institucional abrangendo todas as demais secretarias.

2. Imagem da Instituição municipal

Todas as campanhas publicitárias desenvolvidas pela licitante vencedora deverão primar pela preservação e consolidação da boa imagem do município fidelizando o perfil ético e transparente, posicionamento da atual gestão. O objetivo é criar mecanismos que unifiquem e padronizem a imagem institucional da Prefeitura em suas diversas secretarias.

3. Objetivos das campanhas

As campanhas que advirão deste Plano de Trabalho devem perseguir os seguintes objetivos:

3.1. Geral: Promover o conhecimento na população de como estão sendo aplicados os recursos públicos, a partir de um foco globalizado das ações do Município e de outras instituições com quem mantenha convênio, parceria e outras formas de cooperação.

3.2. Específico: Promover informações específicas sobre as distintas áreas administrativas, de acordo com as prioridades definidas pelo chefe executivo municipal, tais como os principais eventos do calendário permanente de Picos, obras, projetos e campanhas possíveis de serem englobadas no período de vigência do contrato a ser firmado no final deste certame.

4. Descrição dos serviços a serem licitados

Os serviços a serem licitados por meio deste certame são os de planejamento, criação, produção, veiculação e avaliação, conforme as disposições do Conselho Executivo das Normas Padrão (Cenp), organismo voltado à padronização da atividade publicitária e outros instrumentos legais que regem a matéria.

4.1. Planejamento: Estudos dos meios e Veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados.

4.2. Criação: Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças publicitárias.

4.3. Produção: Execução do publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias.

4.4. Veiculação: Distribuição e controle da publicidade nos Veículos escolhidos com base no Planejamento e conforme as cláusulas do presente edital e do contrato a ser firmado no final deste certame.

4.5. Avaliação: Realização de estudos, pesquisas diversas, dos tipos qualitativo e quantitativo, com os públicos interno e/ou externo, conforme necessidade reconhecida pelo contratante.

5. Problema de Comunicação

Para fins de julgamento neste processo licitatório, a Prefeitura de Picos apresenta uma campanha hipotética.

Com esse briefing, a agência de publicidade terá uma direção clara para criar uma campanha abrangente e eficiente, destacando: **“O ANIVERSÁRIO DE 134 ANOS DA CIDADE DE PICOS-PI”**.

TERMO DE REFERÊNCIA

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 8769/2025 - CPL/PI

CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº 005/2025

1. DO OBJETO

1.1. O acesso à informação é um direito fundamental previsto no ordenamento jurídico brasileiro. A Constituição Federal de 1988 trata do tema no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II, do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal de 1988.

1.2. A comunicação é, comprovadamente, um instrumento fundamental de informação disponível a sociedade, sendo por meio de campanhas e estratégias comunicacionais que milhares de cidadãos devem ter acesso às informações de direitos e deveres, ou ainda, de ações e políticas de desenvolvimento humano.

1.3. Dessa forma a Assessoria de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Picos percebe que, por meio da ciência da comunicação, é possível ampliar os benefícios oriundos das estratégias, projetos e políticas de cidadania e justiça.

1.4. A comunicação da Prefeitura Municipal de Picos baseia-se nos princípios de que é direito da população ser informada e é dever do poder público informar. Nesse sentido, a comunicação da Prefeitura Municipal de Picos visa cumprir e ampliar a importante função institucional de fortalecer a cidadania.

1.5. O município de Picos necessita de meios para garantir uma comunicação eficaz das ações governamentais aos munícipes, assegurando que as informações institucionais sejam divulgadas de maneira contínua e eficiente, cumprindo assim as metas de transparência e comunicação pública do governo municipal, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento.

1.6. Os serviços pretendidos pela administração pública, deverão compreender as seguintes atividades relacionadas:

1.6.1. Produção de material institucional

a) Elaboração de roteiro para chamadas, gravações e vinhetas para fins institucionais.

b) Desenvolvimento de roteiros para vinhetas institucionais, bem como a edição e produção das vinhetas conforme as diretrizes e objetivos da instituição.

c) Criação de conteúdo audiovisual que represente a identidade e mensagem da instituição.

1.6.2. Captação de imagens

a) Utilização de drones ou outras tecnologias para capturar imagens aéreas conforme as necessidades da instituição.

b) Realização de fotografias ou vídeos de eventos, locais e atividades relevantes para a instituição.

1.6.3. Cobertura de reuniões

a) Registro audiovisual e/ou fotográfico de reuniões institucionais, conferências, seminários, entre outros eventos conforme demanda da instituição.

1.6.4. Assessoria de imprensa

a) Prestação de serviços de assessoria para lidar com a imprensa, incluindo elaboração de releases, agendamento de entrevistas e gerenciamento de crises.

b) Identificação e seleção criteriosa dos veículos de comunicação mais adequados ao público-alvo e aos objetivos da instituição, incluindo mídia impressa, online, televisiva e de rádio.

c) Desenvolvimento e distribuição de materiais de imprensa, como releases, notas de imprensa, comunicados e kits de imprensa, para divulgar notícias, eventos e informações relevantes da instituição.

d) Estabelecimento de relacionamentos sólidos com jornalistas, editores e influenciadores, garantindo uma comunicação eficaz e oportuna com a imprensa. Isso inclui o agendamento de entrevistas, coletivas de imprensa e outras oportunidades de exposição midiática

e) Monitoramento constante da cobertura midiática da instituição, acompanhando menções, reportagens e análises nos meios de comunicação. Isso permite avaliar o impacto das ações de assessoria de imprensa e identificar possíveis áreas de melhoria.

f) Gerenciamento proativo de crises de comunicação, fornecendo orientação e suporte estratégico para lidar com situações adversas na mídia. Isso inclui a preparação de comunicados de crise, treinamento de porta-vozes e coordenação de respostas rápidas e eficazes.

1.6.5. Desenvolvimento de material publicitário

a) Criação de peças publicitárias como banners digitais, panfletos, folders, entre outros, para divulgação de eventos, campanhas ou informações institucionais.

1.6.6. Gestão de redes sociais

a) Administração e atualização das redes sociais da instituição, incluindo criação de conteúdo, monitoramento de engajamento e interação com seguidores.

b) Criação de conteúdo visual e textual de alta qualidade para as redes sociais, incluindo imagens, vídeos, infográficos, artigos, enquetes e outras formas de engajamento. Isso visa manter o interesse e a interação dos seguidores, aumentando a visibilidade e o alcance da instituição.

c) Monitoramento ativo das atividades nas redes sociais, incluindo menções à instituição, comentários dos seguidores.

1.6.7. Gestão do site institucional

a) Manutenção e atualização do site da instituição, garantindo que o conteúdo esteja sempre relevante e alinhado com os objetivos da organização.

1.6.8. Marketing de eventos

a) Planejamento e execução de estratégias de marketing para promover eventos institucionais, incluindo a criação de campanhas publicitárias e ações de divulgação.

b) Desenvolvimento de uma identidade visual única e coerente para o evento, incluindo design de logotipo, paleta de cores, tipografia e elementos gráficos, para garantir uma imagem consistente em todos os materiais de marketing.

c) Implementação de estratégias integradas de comunicação, que abrangem diversos canais como mídia tradicional, digital e redes sociais, para garantir uma cobertura ampla e engajamento do público-alvo.

d) Criação de materiais promocionais variados, como folhetos, cartazes, banners, convites e brindes personalizados, para divulgar o evento e atrair participantes.

e) Planejamento e execução de campanhas nas redes sociais, incluindo a criação de conteúdo relevante, gerenciamento de anúncios pagos, interação com seguidores e análise de métricas de desempenho.

f)

Estabelecimento de parcerias com veículos de comunicação e elaboração de releases de imprensa para garantir a cobertura do evento em meios de comunicação relevantes.

1.6.9. Jornalismo

a) Cobertura jornalística de eventos, notícias e atividades institucionais, incluindo a produção de artigos, reportagens e entrevistas para veiculação em mídias impressas e digitais.

b) Pesquisa e investigação de pautas relevantes para a instituição, garantindo a produção de conteúdo jornalístico de qualidade e interesse público.

c) Análise e interpretação de eventos e questões relevantes para a instituição, com o objetivo de fornecer insights e perspectivas informadas.

d) Edição e revisão de conteúdo jornalístico para garantir precisão, clareza e conformidade com as diretrizes editoriais da instituição.

e) Colaboração com equipes de design e produção para integrar conteúdo jornalístico em materiais impressos e digitais, quando necessário.

1.6.10. Diagramação

a) Projeto gráfico e layout de materiais impressos e digitais, incluindo revistas, jornais, livros, folhetos, panfletos, relatórios, apresentações e outros materiais visuais.

b) Seleção e aplicação de elementos visuais, como imagens, ícones, gráficos e tipografia, para garantir uma apresentação visualmente atraente e eficaz do conteúdo.

c) Garantia de consistência visual e conformidade com a identidade da marca em todos os materiais diagramados, mantendo uma imagem profissional e reconhecível para a instituição.

1.6.11. Elaboração de layout de fachadas e pinturas de prédios públicos

a) Desenvolvimento de layouts criativos e funcionais para fachadas de prédios públicos, levando em consideração a identidade visual da instituição, regulamentações locais e preferências estéticas.

b) Colaboração com arquitetos, designers e pintores locais para garantir que os layouts propostos atendam aos requisitos legais e estéticos, e harmonizem-se com o ambiente urbano circundante.

c) Apresentação de propostas visuais em forma de maquetes digitais ou renderizações para visualização e aprovação prévia.

d) Supervisão e acompanhamento da implementação dos layouts e pinturas, garantindo a fidelidade ao projeto e a qualidade final.

1.6.12. Gerenciamento de Publicidade institucional com recursos privados

a) Planejamento e execução de campanhas publicitárias financiadas por recursos privados para promover a instituição, seus valores, missão, serviços e/ou produtos. Isso pode incluir a divulgação de conquistas, iniciativas, eventos e outras informações relevantes para o público-alvo da instituição.

b) Desenvolvimento de estratégias de comunicação direcionadas, levando em consideração o perfil demográfico, comportamental e psicográfico do público-alvo, bem como os objetivos específicos de cada campanha publicitária. Isso envolve a identificação de canais de comunicação eficazes e a seleção de mensagens e formatos adequados para alcançar os resultados desejados.

c) Criação de conteúdo publicitário impactante e persuasivo, incluindo anúncios de TV, rádio, mídia impressa, digital, mídias sociais, outdoors, entre outros. Isso requer a elaboração de textos, imagens, vídeos e outros elementos visuais e audiovisuais que transmitam a mensagem da instituição de forma clara, atraente e memorável.

d) Seleção e negociação de espaços publicitários em veículos de comunicação relevantes para o público-alvo, garantindo a maximização do alcance e impacto das campanhas publicitárias. Isso

envolve a análise de custo-benefício e o aproveitamento das oportunidades de veiculação que ofereçam o melhor retorno sobre o investimento em publicidade.

e) Monitoramento e análise do desempenho das campanhas publicitárias, avaliando métricas-chave como alcance, engajamento, taxa de conversão e retorno sobre o investimento (ROI). Isso permite ajustar estratégias e otimizar os recursos investidos, visando alcançar os objetivos estabelecidos de forma eficiente e eficaz.

f) Relatórios regulares sobre o desempenho das campanhas publicitárias, fornecendo insights e recomendações para aprimoramento contínuo. Isso inclui análises de tendências de mercado, feedback do público-alvo e benchmarking com concorrentes e referências do setor, contribuindo para o refinamento das estratégias de comunicação e marketing da instituição.

1.6.13. Gerenciamento de publicidade a eventos e ações com o apoio da instituição

a) Planejamento e coordenação de campanhas publicitárias para promover eventos com o apoio da instituição, visando aumentar a participação e engajamento do público-alvo. Isso inclui o desenvolvimento de estratégias de comunicação e marketing específicas para cada evento, levando em consideração seus objetivos, público-alvo e mensagem a ser transmitida.

b) Criação de conteúdo publicitário personalizado para cada evento, incluindo anúncios, banners, panfletos, posts em redes sociais, e-mails marketing, entre outros materiais de divulgação. Isso requer uma abordagem criativa e atrativa, alinhada com a identidade visual e mensagem do evento e da instituição que o apoia, buscando gerar interesse e engajamento por parte do público-alvo.

c) Gerenciamento e acompanhamento da veiculação dos materiais publicitários, garantindo que sejam entregues nos veículos de comunicação conforme planejado e dentro dos prazos estabelecidos. Isso inclui o monitoramento da veiculação dos anúncios, o ajuste de campanhas conforme necessário e a solução de eventuais problemas ou imprevistos.

1.7. O prazo de vigência da contratação é de 12 meses, na forma do artigo 105 da Lei nº 14.133, de 2021.

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

2. DA JUSTIFICATIVA DA DEMANDA

2.1. A eficácia da comunicação institucional e o engajamento dos munícipes são metas essenciais da administração municipal. Constatou-se, porém, um descompasso entre as ações implementadas e a forma como estas chegam ao conhecimento público, o que evidencia a insuficiência na divulgação e na transparência das informações.

2.2. A contratação proposta tem como finalidade suprir essa lacuna, ampliando a visibilidade das políticas, programas e serviços oferecidos, e assegurando que a população receba, de maneira clara e acessível, informações atualizadas sobre os projetos em curso.

2.3. Espera-se, assim, que dados confiáveis, objetivos e permanentemente atualizados fiquem ao alcance de todos os cidadãos de Picós, independentemente de sua região ou do canal de comunicação utilizado. Para tanto, faz-se imprescindível a parceria com empresa com expertise comprovada, capaz de:

- a) Garantir coerência editorial e padronização na produção de conteúdo institucional;
- b) Otimizar a presença digital do município, por meio de estratégias de *marketing online* e mídias sociais;
- c) Assegurar agilidade na atualização de informações e no atendimento às demandas da imprensa; e
- d) Produzir material promocional alinhado à identidade visual e às diretrizes de comunicação estabelecidas pela Prefeitura.

ausência de uma comunicação institucional eficiente pode resultar em um distanciamento entre o governo municipal e os cidadãos, comprometendo não somente a transparência administrativa, mas também a participação cidadã nas decisões e programas da Prefeitura.

2.5. A Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Picos é responsável por coordenar e executar atividades relacionadas à comunicação no âmbito do Município, sendo suas principais competências incluem:

- a) Assessoria de Imprensa: Gerenciar o relacionamento com a imprensa, fornecendo informações oficiais, respondendo a consultas e divulgando notícias relevantes sobre as ações e políticas da Prefeitura.
- b) Comunicação Interna: Estabelecer estratégias de comunicação para informar e engajar os funcionários da Prefeitura, garantindo uma comunicação efetiva dentro da instituição.
- c) Comunicação Externa: Desenvolver estratégias para divulgar as ações, programas e políticas educacionais para o público em geral, incluindo pais, estudantes, professores e a sociedade como um todo.
- d) Gestão de Redes Sociais: Administrar as contas oficiais da Prefeitura nas redes sociais, utilizando essas plataformas para disseminar informações, esclarecer dúvidas e promover a interação com o público.
- e) Produção de Materiais de Comunicação: Elaborar e distribuir materiais como comunicados, releases, discursos e outros documentos que ajudem a transmitir a mensagem institucional de maneira clara e precisa.
- f) Relações Públicas: Gerenciar eventos, participar de reuniões com parceiros e stakeholders, e estabelecer relações positivas com a sociedade civil, instituições de ensino e outros órgãos governamentais.

2.6. A estrutura de comunicação do Poder Executivo Municipal fundamenta-se no princípio constitucional da publicidade, previsto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal. Esse princípio assegura ao munícipe o direito de acesso às informações sobre os atos da administração e impõe ao gestor municipal o dever de promover ampla divulgação. A transparência resultante fortalece o controle social sobre a legalidade, a moralidade e a eficiência da gestão pública.

2.7. A difusão de atos, programas, obras e serviços deve ocorrer com caráter educativo, informativo ou voltado à orientação social, alinhando-se aos interesses e objetivos da comunidade local.

2.8. Entre os instrumentos de comunicação social, a publicidade absorve a maior parte dos recursos públicos, em razão da contratação de espaços em veículos de comunicação variados. Essa estratégia garante que as mensagens governamentais cheguem a todos os segmentos da população municipal.

2.9. Para desempenhar eficientemente esse papel, em consonância com a legislação vigente, especialmente a Lei nº 12.232/2010, a Coordenação Municipal de Comunicação deve integrar as competências de sua equipe interna à *expertise* de agências de publicidade contratadas por meio de licitação. Essas empresas detêm conhecimento técnico, profissionais qualificados e ferramentas adequadas para oferecer as melhores soluções publicitárias às demandas do município, contribuindo para o alcance dos objetivos da gestão e para a otimização dos recursos públicos destinados à comunicação.

2.10. Dessa forma, verifica-se a necessidade de instauração de novo procedimento licitatório para a contratação de empresas especializadas em serviços de publicidade, conforme dispõe a Lei nº 12.232/2010, de 29 de abril de 2010, de modo a viabilizar uma comunicação eficiente e complementar aos esforços empreendidos pela Prefeitura Municipal.

2.11. A contratação de agência de publicidade justifica-se pela imprescindibilidade de garantir ampla, contínua e qualificada divulgação das ações municipais, em estrita observância ao princípio constitucional da publicidade (CF, art. 37, § 1º) e às exigências de planejamento estabelecidas pela Lei nº 14.133/2021.

Coordenação de Comunicação Municipal, por sua natureza administrativa, não dispõe internamente de equipe e ferramentas especializadas para o desenvolvimento simultâneo de planejamento estratégico, criação de peças publicitárias em múltiplos formatos, compra de mídia e análise de desempenho em tempo real, sem prejuízo das demais atividades de comunicação institucional.

2.13. Adicionalmente, a complexidade da segmentação do público – que abrange diversos perfis socioeconômicos e canais de comunicação – demanda expertise técnica e criativa capaz de maximizar o alcance e engajamento das campanhas, assegurando o melhor retorno social sobre o investimento público. As agências contratadas via licitação oferecem:

- a) Metodologias avançadas de gestão de campanhas e compra de espaços em veículos de comunicação tradicionais e digitais;
- b) Ferramentas analíticas para mensuração de indicadores (alcance, engajamento, conversão);
- c) Profissionais qualificados em planejamento, criação e mídia, capazes de propor inovações que agilizem processos e contenham custos.

2.14. Por fim, a licitação para contratação de serviços de publicidade – conforme prevê a Lei nº 12.232/2010 – promove a competitividade e a economicidade, permitindo à Administração selecionar a proposta mais vantajosa em termos de qualidade técnica e preço. Esse procedimento assegura não apenas o cumprimento dos mandamentos legais, mas também a eficiência e a transparência na aplicação dos recursos públicos.

3. DA LEGISLAÇÃO APLICADA

3.1 Este procedimento licitatório, bem como a contratação dele decorrente, será regido pelas normas estabelecidas pela Constituição Federal, pelas regras presentes na Lei Federal nº 12.232/2010, Lei Federal nº 14.133, de 01 de abril de 2021, Decreto Municipal 14/2024, de 16 de janeiro de 2024, e demais legislações aplicáveis.

3.2. Além desta legislação devem ser observadas ainda as determinações da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, tratando do Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, bem como devem ser observados ainda os princípios que regem a atuação do Poder Público, em especial, o da legalidade, moralidade e eficiência.

4. DOS QUANTITATIVOS E ESPECIFICAÇÕES DO OBJETO

4.1. Planilha detalhada dos itens, quantitativos e valores estimados, incluindo sua especificação técnica, segue na tabela abaixo colacionada:

Item	Descrição	Quantidade	Unidade
1	Consultoria e assessoria – marketing	12	Serviço
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING			
2	Design de artes para rede social	30	Serviço
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING			
3	Captação e edição de reels para as redes sociais	2.000	Serviço

Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING			
4	Captação e edição de VT para TV	20	Serviço
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING			
5	Gestão de tráfego pago por campanha (peça)	100	Serviço
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING			
6	Spot de rádio	100	Serviço
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING			
7	Matéria para portais digitais e jornais impressos	100	Serviço
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING			
8	Criação de logomarcas	30	Serviço
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING			
9	Criação de peças impressas (banner, camisa, faixa)	20	Serviço
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING			
10	Cotações de espaço na TV para divulgação de VT	1.000	Serviço
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING			
11	Cotações de espaço na Rádio para divulgação de Spot	1.000	Serviço
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING			
12	Cotações de espaço em Portais para divulgação de matérias	100	Serviço

5. DO VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO

5.1. O valor máximo estimado para os interessados em participar deste certame é de **R\$ 2.505.000,00 (dois milhões quinhentos e cinco mil reais)**, conforme detalhamento a seguir:



Item	Descrição	Fonte	Quantidade	Valor Unitário (R\$)	Valor total (R\$)
1	Consultoria e assessoria – marketing	SINAPRO/PI	12	R\$ 10.000,00	R\$ 120.000,00
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING					
2	Design de artes para rede social	SINAPRO/PI	30	R\$ 2.000,00	R\$ 60.000,00
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING					
3	Captação e edição de reels para as redes sociais	SINAPRO/PI	2.000	R\$ 600,00	R\$ 1.200.000,00
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING					
4	Captação e edição de VT para TV	SINAPRO/PI	20	R\$ 1.000,00	R\$ 20.000,00
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING					
5	Gestão de tráfego pago por campanha (peça)	SINAPRO/PI	100	R\$ 300,00	R\$ 30.000,00
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING					
6	Spot de rádio	SINAPRO/PI	100	R\$ 250,00	R\$ 25.000,00
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING					
7	Matéria para portais digitais e jornais impressos	SINAPRO/PI	100	R\$ 500,00	R\$ 50.000,00
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING					
8	Criação de logomarcas	SINAPRO/PI	30	R\$ 4.000,00	R\$ 120.000,00
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING					
9	Criação de peças impressas (banner, camisa, faixa)	SINAPRO/PI	20	R\$ 2.000,00	R\$ 40.000,00



Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING					
10	Cotações de espaço na TV para divulgação de VT	SINAPRO/PI	1.000	R\$ 500,00	R\$ 500.000,00
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING					
11	Cotações de espaço na Rádio para divulgação de Spot	SINAPRO/PI	1.000	R\$ 300,00	R\$ 300.000,00
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING					
12	Cotações de espaço em Portais para divulgação de matérias	SINAPRO/PI	100	R\$ 400,00	R\$ 40.000,00
Especificação: CONSULTORIA E ASSESSORIA – COMUNICAÇÃO E MARKETING					

5.2. Todos os valores foram cotados com base na tabela de preços disponibilizada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Piauí.

5.3. As quantidades constantes deste Termo de Referência são estimativas de consumo, não obrigando ao órgão Contratante a aquisição de sua totalidade.

6. DO ÓRGÃO GERENCIADOR E DOS ÓRGÃOS PARTICIPANTES DO REGISTRO DE PREÇOS

6.1. O Órgão Gerenciador da Ata de Registro de Preços a ser firmada mediante a realização deste Pregão Eletrônico será o Município de Picos/PI, por meio de seu Prefeito Municipal.

6.2. Serão Órgãos Participantes da Ata de Registro de Preços a ser elaborada, após adjudicado e homologado este Pregão, todas as Secretarias do município.

7. DA ATA DE REGISTRO E DO SISTEMA DE REGISTRO DE PREÇOS

7.1. O Sistema de Registro de Preços é o conjunto de procedimentos para registro formal de preços relativos à prestação de serviços e aquisição de bens, para contratações futuras.

Neste sistema, as contratações serão feitas quando melhor convier a Administração, sem, no entanto, estar necessariamente obrigada a contratar com o fornecedor vencedor do certame.

7.2. Desta licitação será firmada uma Ata de Registro de Preços (ARP), sendo documento vinculativo, obrigacional, com característica de compromisso para futura contratação, onde os fornecedores manterão seus preços registrados, durante o período de 12 (doze) meses, tornando-os disponíveis. Caso necessite, a Prefeitura Municipal efetuará a contratação dos serviços ou aquisições nas quantidades julgadas necessárias pelos mesmos preços registrados no certame.

7.3. Será

formalizada Ata de Registro de Preços para o registro de todos os itens constantes no Termo de Referência, com a indicação do licitante vencedor, a descrição do(s) item(ns), as respectivas quantidades, preços registrados e demais condições.

7.4. Homologado o resultado da licitação, terá o adjudicatário o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data de sua convocação, para assinar a Ata de Registro de Preços, sob pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste edital.

7.4.1. O prazo estabelecido no item anterior para assinatura da Ata de Registro de Preços poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, quando solicitado pelo(s) licitante(s) vencedor(s), durante o seu transcurso, e desde que devidamente justificado e aceito.

7.4.2. A licitante que convocada para assinar a Ata de Registro de Preço deixar de fazê-lo no prazo fixado ou havendo recusa em fazê-lo, dela será excluída, podendo a Administração aplicar as penalidades cabíveis.

7.5. É facultado à Administração, convocar os licitantes remanescentes, quando a proponente vencedora não atender à convocação para assinatura da Ata de Registro de Preços no prazo e condições estabelecidos, respeitada a ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, devendo ser observado a existência de cadastro de reserva, observados os requisitos habilitatórios, sem prejuízo da aplicação das penalidades previstas em edital e demais cominações legais.

7.6. A Ata deverá ser assinada por representante legal, diretor, sócio ou procurador devidamente constituído da empresa, com apresentação, conforme o caso e respectivamente, do contrato social e/ou instrumento procuratório, acompanhados dos documentos pessoais do representante.

7.7. Ao assinar a Ata de Registro de Preços o beneficiário da mesma obriga-se a executar os serviços ou fornecer os bens registrados em ata, conforme especificações e condições contidas neste edital, em seus anexos e também na proposta apresentada, prevalecendo, no caso de divergência, as especificações e condições do edital.

7.8. Estando a ARP devidamente assinada e tendo sido cumpridos os requisitos quanto a sua publicidade, considera-se firmado o compromisso de execução do objeto nas condições estabelecidas.

7.9. É vedado efetuar acréscimos nos quantitativos fixados pela Ata de Registro, inclusive o acréscimo de que trata o art. 125 da Lei Federal nº 14.133/2021.

10. A existência de preços registrados na ARP não obriga a Administração a firmar as contratações que dela poderão advir, facultando-lhe a realização de licitação específica para a contratação pretendida, sendo assegurada preferência da aquisição ao fornecedor registrado em igualdade de condições.

7.11. O presente edital e seus anexos, bem como a(s) proposta(s) do(s) licitante(s) vencedor(es) deste certame, farão parte integrante da ARP, independente de transcrição.

7.12. A Ata de Registro de Preços terá seu extrato publicado no Diário Oficial dos Municípios e facultativamente no Diário Oficial do Estado do Piauí e a sua íntegra, após assinada e homologada, será disponibilizada no site oficial da Prefeitura Municipal durante sua vigência, bem como perante o Departamento de Licitações e Contratos deste ente público.

7.13. Caberá ao Órgão Gerenciador a prática de todos os atos de controle e administração do Sistema de Registro de Preços, e ainda o seguinte:

a) Consolidar informações relativas à estimativa individual e total de serviços ou itens a serem executados, promovendo a adequação dos respectivos termos de referência ou projetos básicos encaminhados para atender aos requisitos de padronização e racionalização.

d) Realizar pesquisa de mercado para identificação do valor estimado da licitação e consolidar os dados das pesquisas de mercado realizadas pelos órgãos e entidades participantes.

c) Promover atos necessários à instrução processual para a realização do procedimento licitatório, bem como conduzir e realizar a necessária licitação.

d) Gerenciar a ata de registro de preços.

e) Conduzir eventuais renegociações dos preços registrados.

f) Aplicar, garantida a ampla defesa e o contraditório, as penalidades decorrentes de infrações no procedimento licitatório, e

g) Aplicar, garantida a ampla defesa e o contraditório, as penalidades decorrentes do descumprimento do pactuado na ata de registro de preços ou do descumprimento das obrigações contratuais, em relação às suas próprias contratações.

7.14. O Órgão Participante será responsável pela manifestação de interesse em participar do registro de preços, providenciando o encaminhamento ao Órgão Gerenciador de sua estimativa de serviços a serem executados ou itens a serem fornecidos, local de execução e, quando couber, cronograma de contratação, respectivas especificações ou Termo de Referência, nos termos da Lei nº 14.133, adequado ao registro de preços do qual pretende

fazer parte, devendo ainda:

a) Garantir que os atos relativos a sua inclusão no registro de preços estejam formalizados e aprovados pela autoridade competente.

b) Manifestar, junto ao Órgão Gerenciador, mediante a utilização da intenção de registro de preços, sua concordância com o objeto a ser licitado, antes da realização do procedimento licitatório.

c) Tomar conhecimento da Ata de Registros de Preços, inclusive de eventuais alterações, para o correto cumprimento de suas disposições, e

d) Cabe ao Órgão Participante aplicar, garantida a ampla defesa e o contraditório, as penalidades decorrentes do descumprimento do pactuado na Ata ou do descumprimento das obrigações contratuais, em relação às suas próprias contratações, informando as ocorrências ao Órgão Gerenciador.

7.15. Será incluído na ARP na forma de anexo o registro de preços dos licitantes que aceitaram cotar o objeto com preços iguais aos do licitante vencedor na sequência da classificação de ordem da última proposta apresentada pelas respectivas licitantes durante a fase competitiva do certame, excluído o percentual referente à margem de preferência.

7.15.1. O registro a que se refere o item anterior tem por objetivo a formação de cadastro de reserva na hipótese do primeiro colocado quando convocado, não assinar a ARP no prazo legal, bem como no caso de impossibilidade de atendimento pelo primeiro colocado da Ata de Registro de Preços, e sucessivamente.

7.15.2. A habilitação dos fornecedores que comporão o cadastro de reserva a que se refere o subitem anterior será efetuada na hipótese prevista na legislação e quando houver necessidade de contratação de fornecedor remanescente.

7.16. Fica autorizada a adesão à Ata de Registro de Preços decorrente do presente certame por órgãos ou entidades da Administração Pública que não tenham participado do processo licitatório, observadas as condições estabelecidas no art. 86 da Lei Federal nº 14.133/2021 e no Decreto Municipal nº 14/2024, quando aplicável, bem como os critérios definidos no edital.

§ 1º A adesão de órgãos ou entidades não participantes dependerá de prévia consulta e anuência da Administração responsável pela ata e do fornecedor registrado, devendo ser formalizada por meio de instrumento próprio.

§ 2º Caberá ao órgão aderente a responsabilidade pela execução do contrato decorrente da adesão, inclusive quanto à fiscalização, pagamento e eventual aplicação de sanções.

quantitativo decorrente das adesões não poderá exceder, por órgão ou entidade não participante, ao quintuplo do quantitativo registrado na ata para o órgão gerenciador, conforme limites e condições estabelecidos em regulamento.

8. ELEMENTOS PARA OS ENVELOPES DE PROPOSTA

1.1. Será julgada vencedora a proposta que, atendendo a todos os requisitos técnicos previstos no edital cuja oferta obtiver a maior pontuação no Plano de Comunicação Publicitária, devendo o preço proposto incluir todos os custos diretos e indiretos pertinentes, tais como: pessoal, transporte, material, impostos, despesas administrativas, encargos financeiros e seguros, se houver.

9. DAS PROPOSTAS – TÉCNICA

9.1. Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, sobre o seguinte tema hipotético: **“Campanha de aniversário de 134 anos da cidade de Picos”**.

9.2. A proposta técnica consistirá em quatro quesitos que deverão ser avaliados pela Subcomissão Técnica instituída em conformidade com o art. 10 da Lei nº 12.232/2010, com pontuação máxima de 100 (cem) pontos, a saber:

a) Plano de Comunicação – (65 pontos) a licitante apresentará Plano de Comunicação, elaborado com base no Briefing, o qual compreenderá os seguintes quesitos:

a.1) Raciocínio Básico: (10 pontos) - texto elaborado em no máximo 02 (duas) laudas em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre o exemplo de campanha apresentada no Briefing.

a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: (25 pontos) - texto em que a licitante apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico, de comunicação, conforme o Briefing anexo. Além de explicitar e defender os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

a.3) Ideia Criativa: (20 pontos)

a.3.1) Texto em que a licitante se limitará a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um *slogan* passível de ser utilizado em campanhas da Prefeitura Municipal de Picos.

a.3.2) Como parte do quesito Ideia Criativa, a licitante apresentará campanha publicitária de acordo com o estabelecido no briefing com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata o subitem a.3.1. Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro, *layout*, *story-board* impresso ou “monstro” de peça de rádio, com ou sem música, limitados ao máximo de 06 (seis) peças, sendo uma para cada meio (convencional ou não convencional) de divulgação proposto pela licitante;

a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – (10 pontos) constituída de:

a.4.1) Texto de no máximo duas laudas de 30 (trinta) linhas em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas e gráficos).

a.4.1.1) Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes deste subitem, os licitantes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.

a.4.2) Simulação de plano de distribuição das peças do quesito Ideia Criativa, acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos: o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados em produção.

a.4.3) No cálculo da alocação dos valores para a produção e veiculação da campanha de que trata a alínea a.3.2, a interessada utilizará como referencial uma verba fictícia de R\$100.000,00 (Cem mil reais) para um período de 30 dias.

a.4.4) Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação estão limitados a oito laudas, no corpo 12 e fonte arial, ressalvado que os roteiros das peças de que tratam a alínea **a.3.2** e os textos, tabelas,

planilhas referentes às alíneas **a.4.1** e **a.4.2** não serão computados nesse limite de laudas.

b) Capacidade de Atendimento: (15 pontos) - textos em que a licitante apresentará:

b.1) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

b.2.) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;

a.5) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;

a.6) A sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

a.7) 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 Prefeitura Municipal de Picos sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

c) Repertório: (10 pontos) - apresentação de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados pela licitante, a partir de janeiro de 2015, para anunciantes que não sejam da Prefeitura Municipal de Picos sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver. A licitante deverá apresentar até duas peças para cada um dos seguintes meios de divulgação: TV, rádio, jornal e redes sociais. Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação e menção de, pelo menos, dois veículos que a divulgaram. Os vídeos e os spots e/ou jingles, deverão ser fornecidos em pendrive ou cartão de memória.

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: (10 pontos) - deverão ser apresentados até dois casos, relatando, em no máximo duas laudas cada, soluções de problemas de comunicação, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até três peças de qualquer tipo para cada relato. Os relatos apresentados não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Picos.

9.2. As propostas técnicas deverão ser apresentadas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

9.2.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Prefeitura Municipal de Picos:

a) O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

9.2.2. O plano de comunicação deverá ser apresentado em 02 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria, ou seja, sem nomes, expressões, slogans, marcas, símbolos ou ícones de trabalho das licitantes ou de conhecimento do mercado publicitário, sob pena de desclassificação da proponente, e outra com identificação de sua autoria.

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

a) Redigido de forma clara, sem emendas ou rasuras.

b) Páginas numeradas sequencialmente.

c) Papel branco fosco, formato A4, com gramatura máxima de 120gr e não deverá conter rubricas.

d) Espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

f) Espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

g) Fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', sem prejuízos da exceção prevista no inciso XI da Lei 12.232;

h) Sem identificação da licitante;

i) Os jingles

ou monstros de internet deverão ser copiados em pendrive ou cartão de memória entregues com o invólucro I, que deverão ser numerados como as últimas páginas.

j) Não serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto a nenhum título, exceto como adjuvante dos gráficos e tabelas, nos itens em que estes são expressamente permitidos.

9.2.2.2. Apenas as páginas **em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas** do subitem Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

9.2.2.2.1. A Comissão Permanente de Licitação não receberá nenhum dos invólucros com as propostas técnica e de preços, se o invólucro com a via não identificada do plano de comunicação publicitária contiver informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou, ainda, se estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados

9.2.2.2.2. Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

a) O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, constitui-se do mesmo conteúdo da via não identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, com a identificação da licitante. Deve ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, uma vez que não tem como propósito nenhum tipo de avaliação técnica, sendo apenas referência para cotejamento dos conteúdos no momento final da avaliação desta etapa do certame.

9.2.3. Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitação, no 1º Andar da sede da Prefeitura Municipal de Picos/PI, se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante ou, ainda, se não estiverem danificados ou deformados.

9.2.4. A licitante que descumprir o disposto no item 9.2.3 será desclassificada.

9.2.5. Serão convocados os licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório.

9.3. A Proposta de Preços deverá ser apresentada em um único invólucro, datada e assinada e seu prazo mínimo de validade de noventa dias.

9.3.1. A NOTA DA PROPOSTA DE PREÇOS será calculada pela CPL, apurado os pontos de cada quesito a ser valorado conforme a tabela a seguir:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Item 1 - Percentual de desconto sobre a tabela vigente de valores referenciais de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Piauí – SINAPRO/PI, para os serviços executados pela própria Agência, sem envolvimento de terceiros.	$P1 = 0,7 \times \text{desconto}$
Item 2 - Percentual de honorários incidente sobre os custos de produção realizada por terceiros decorrente de estudos ou criação intelectual realizados pela Agência ou quando a responsabilidade da Agência se limitar à contratação, acompanhamento e pagamento do serviço ou suprimento fornecidos.	$P2 = 0,2 \times (15 - \text{honorários})$
Item 3 - Percentual de honorários incidente sobre os custos de cessão de direitos autorais de obras; de voz e de imagem, sobre as obras utilizadas pela CONTRATANTE.	$P3 = 0,06 \times (15 - \text{honorários})$
Item 4 - Percentual de honorários incidente sobre os custos de cachês artísticos, cuja expressão artística seja necessária às peças publicitárias.	$P4 = 0,04 \times (15 - \text{honorários})$

e) para o Item 1, o desconto a ser ofertado deverá ser de 20% (vinte por cento) até 50% (cinquenta por cento);

f) para o item 2, os honorários a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento);

g) para o item 3, os honorários a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento);

h) para o item 4, deverão estar inclusos as mais diversas expressões de arte, englobando, inclusive, roteiristas; atores; modelos; músicos; fotógrafos; intérpretes; artistas plásticos, ilustradores e demais categorias artísticas. Os honorários a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento);

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 à Valoração, sem o símbolo '%'.
9.3.3 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela acima, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$. Para fins de apuração das notas de cada Proposta de Preços, serão consideradas 4 casas decimais.

9.4. Declaração na qual a licitante:

9.4.1. Estabelecerá os percentuais máximos de até 50% (cinquenta por cento) a serem pagos pelo Prefeitura Municipal de Picos:

9.4.1.1. Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços de Mercado - IGPM da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos;

9.4.1.2. Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas as peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços de Mercado - IGPM, da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

9.4.2. Tratará da questão dos direitos autorais, estabelecendo:

9.4.2.1. A cessão, total e definitiva, dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato, ressalvados os direitos de terceiros.

9.4.2.2. O compromisso de em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a Prefeitura Municipal de Picos escolha uma das opções;

9.4.2.3. Nos casos de cessão de direitos autorais por tempo limitado, a agência deverá respeitar o prazo acordado entre as partes e utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

9.4.3. O compromisso quando a Prefeitura Municipal de Picos optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva dos direitos autorais, a agência se compromete de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

9.4.3.1. Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

9.4.3.2. Estabeleçam que a Prefeitura Municipal de Picos poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

9.4.3.3. Que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.

9.4.3.4. O compromisso de informar expressamente, em todos os orçamentos de produção, que os custos referentes aos cachês; à cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e à cessão dos demais direitos já estão inclusos no valor total do serviço, quando for o caso.

9.4.4. O compromisso de fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

9.4.4.1. Que serão entregues duas cópias, em pendrive ou cartão de memória, de todo o material bruto produzido;

9.4.4.2. A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material para a Prefeitura Municipal de Picos, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante a vigência do contrato a ser firmado e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

9.4.4.3. Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

9.4.4.4. O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes das declarações para os direitos de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias para a Prefeitura Municipal de Picos.

9.4.5. Garantirá a transferência para a Prefeitura Municipal de Picos de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

9.4.6. A critério da Prefeitura Municipal de Picos, as peças criadas pela agência poderão ser reutilizadas por outros órgãos; entidades ou sociedades, integrantes ou vinculadas à estrutura da Administração Pública Municipal, Estadual e Federal – direta ou indireta – sem que lhes caiba qualquer ônus perante a agência.

9.4.7. Não serão objeto de cessão os direitos morais do autor, de acordo com os termos da Lei Federal n. 9.610/1998.

10. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA E DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

10.1. Os licitantes também deverão apresentar atestado(s) de capacidade técnica comprovando que prestou serviço em características iguais ou semelhantes com o objeto da licitação.

10.1.1. Deverá constar no atestado de capacidade técnica o objeto contratado, bem como as especificações técnicas, quantitativos, prazos e desempenho do contratado, sob pena de desclassificação.

10.1.2. O atestado de capacidade técnica tem a finalidade de comprovar que a licitante prestou serviços ou está prestando serviços satisfatoriamente, em características, quantidades e prazos de acordo com o objeto da licitação.

10.1.3. O atestado de capacidade técnica poderá ser emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado.

10.1.4. O atestado emitido por pessoa jurídica de direito privado deverá vir assinado pelo representante legal da empresa emitente.

10.1.5. É admitida a somatória de atestados de capacidade técnica, independente da época de expedição ou localidade.

10.2. As Propostas Técnicas das licitantes serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e em seus anexos.

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

10.2.1.1. Plano de Comunicação

10.2.1.2. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

a) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos;

c) do papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico;

d) do problema específico de comunicação da CONTRATANTE.

10.2.1.3. Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema 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 da CONTRATANTE com seus públicos;

d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE;

e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;

g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos da CONTRATANTE e a verba disponível.

10.2.1.4. Ideia Criativa

a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;

b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;

- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a exequibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

10.2.1.5. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade, demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

10.2.1.6. Capacidade de Atendimento

- a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá a disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre a CONTRATANTE e a licitante, esquematizado na Proposta;
- e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

10.2.1.7. Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência;
- b) a clareza das peças;
- c) a qualidade da execução e do acabamento.

10.2.1.8. Relatos de soluções de problemas de comunicação

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

10.2.1.9. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

10.2.1.9.1. Aos quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

- a) Plano de Comunicação – 65 (sessenta e cinco)
 - a1) Raciocínio Básico – 10 (dez)
 - a2) Estratégia de Comunicação Publicitária – 25 (vinte e cinco)
 - a3) Ideia Criativa – 20 (vinte)
 - a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 (dez)
 - b) Capacidade de Atendimento – 15 (quinze)
- b1) Experiência em publicidade – 5 (cinco)
 - b2) Informações de marketing e comunicação – 10 (dez)
- c) Repertório – 10 (dez)
 - c1) Ideia criativa e sua pertinência – 4 (quatro)
 - c2) Clareza da campanha – 2 (dois)
 - c3) Qualidade da execução e do acabamento – 4 (quatro)
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 (dez)
- d1) Concatenação lógica da exposição – 2 (dois)
 - d2) Evidência do planejamento publicitário – 3 (três)

Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução – 3 (três)

d4) Relevância dos resultados apresentados – 2 (dois)

10.2.2. A nota de cada licitante corresponderá a soma das notas dos quesitos.

10.2.3. A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório. No caso de persistir a diferença de pontuação após esta reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

10.2.4. Em caso de empate na pontuação técnica será considerado como classificado em primeiro lugar, em face do licitante com o qual empatou, o licitante que tiver obtido a maior pontuação no item relativo à Ideia Criativa. Permanecendo ainda o empate, será classificado em primeiro lugar, em face do licitante com o qual empatou, o licitante que tiver obtido a maior pontuação no item relativo à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para os clientes, conteúdo do envelope 3.

10.2.5. Se ainda persistir, o empate entre duas ou mais propostas técnicas, será observado o disposto no §2º do art. 3º da Lei 9.433/2005 e, permanecendo o empate, proceder-se-á o sorteio em ato público a ser realizado na própria sessão prevista na segunda sessão ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação, cuja data será divulgada através de publicação no Diário dos Municípios e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

10.3. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do edital, do Termo de Referência e seus anexos;
- b) não alcançar, somadas todas as etapas, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos.

10.3.1. A proposta que obtiver a maior nota final será a primeira classificada, a segunda maior nota a segunda classificada e assim sucessivamente.

11. DA FIXAÇÃO DO CRITÉRIO DE CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS E DA HABILITAÇÃO DOS LICITANTES

11.1. O fornecedor será selecionado por meio de procedimento licitatório na modalidade Concorrência, conforme os artigos 28, inciso II, e 17, § 2º da Lei nº 14.133/2021.

11.2. O critério de julgamento adotado será o de **Técnica e Preço**, na forma do art. 33, inciso IV, da Lei nº 14.133/2021, conforme especificações constantes no Termo de Referência.

Habilitação Jurídica

11.3. Pessoa física: cédula de identidade (RG) ou documento equivalente que, por força de lei, tenha validade para fins de identificação em todo o território nacional;

11.4. Empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

11.5. Microempreendedor Individual - MEI: Certificado da Condição de Microempreendedor Individual - CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>;

11.6. Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal - SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

11.7. Sociedade empresária estrangeira: portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme Instrução Normativa DREI/ME nº 77, de 18 de março de 2020.

Sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

11.9. Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária: inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz

11.10. Sociedade cooperativa: ata de fundação e estatuto social, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, além do registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 16 de dezembro 1971.

11.11. Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

Habilitação Fiscal, Social e Trabalhista

11.12. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) ou no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF), conforme o caso;

11.13. Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

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

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

11.16. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes Estadual/Municipal/Distrital relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

11.17. Prova de regularidade com a Fazenda Estadual/Municipal/Distrital do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

11.18. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos estaduais/municipais ou distritais relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

11.19. O licitante enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar nº 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

Qualificação Econômico-Financeira

11.20. Certidão negativa de insolvência civil expedida pelo distribuidor do domicílio ou sede do licitante, caso se trate de pessoa física (alínea "c" do inciso II do art. 5º da IN Seges/ME nº 116, de 2021) ou de sociedade simples;

11.21. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante (inciso II do art. 69 da Lei nº 14.133, de 2021);

11.22. Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), superiores a 1 (um), comprovados mediante a apresentação pelo licitante de balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais e obtidos pela aplicação das seguintes fórmulas:

Liquidez Geral (LG) = (Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo) ÷ (Passivo Circulante + Passivo Não Circulante);

II. II - Solvência Geral (SG) = (Ativo Total) ÷ (Passivo Circulante + Passivo não Circulante); e

III. III - Liquidez Corrente (LC) = (Ativo Circulante) ÷ (Passivo Circulante).

11.23. Caso o licitante apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação capital mínimo OU patrimônio líquido mínimo de 5% (cinco por cento) do valor total estimado da contratação.

81424. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura (§1º do art. 65 da Lei nº 14.133, de 2021).

11.25. O balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos (§6º do art. 69 da Lei nº 14.133, de 2021).

11.26. O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo licitante.

Qualificação Técnica

11.27. Comprovação de aptidão perante órgãos públicos para execução dos serviços similares de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior, ou com o item pertinente, por meio da apresentação de certidões ou atestados, por pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou regularmente emitido(s) pelo conselho profissional competente, quando for o caso.

11.28. Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial do fornecedor.

11.29. O licitante disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foi executado o objeto contratado, dentre outros documentos.

11.29.1. Poderá, facultativamente, vir acompanhado junto ao atestado de capacidade técnica instrumento de nota fiscal/contrato de prestação de serviço relacionado ao qual o atestado faz vinculação.

11.29.2. A empresa licitante deverá apresentar declaração constando indicação do pessoal técnico, com respectivos nomes e currículos adequados e disponíveis para a realização do objeto da licitação, bem como a qualificação de cada membro da equipe técnica que se responsabilizará pelo objeto da licitação.

11.29.3. A comprovação se dará mediante declaração expressa assinada pelos profissionais técnicos indicados, informando expressamente que os mesmos concordam com a inclusão de seus nomes como membros da equipe técnica no cadastro de profissionais responsáveis técnicos.

11.30. Todos os documentos exigidos para fins de habilitação deverão ser apresentados na forma eletrônica, por meio da plataforma NOVOBBM Net, no prazo e nas condições estabelecidas neste edital, observando-se a possibilidade de utilização de registro cadastral emitido por ente público, nos termos do art. 69, §4º da Lei nº 14.133/2021.

11.29. Os licitantes também deverão apresentar atestado(s) de capacidade técnica comprovando que prestou serviço em características compatíveis com o objeto da licitação.

11.29.1. Deverá constar no atestado de capacidade técnica o objeto contratado, bem como as especificações técnicas, quantitativos, prazos e desempenho do contratado, sob pena de desclassificação.

atestado de capacidade técnica tem a finalidade de comprovar que a licitante prestou serviços ou está prestando serviços satisfatoriamente, em características, quantidades e prazos de acordo com o objeto da licitação.

11.29.3. O atestado de capacidade técnica poderá ser emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado.

11.29.4. O atestado emitido por pessoa jurídica de direito privado deverá vir assinado pelo representante legal da empresa emitente.

11.29.5. É admitida a somatória de atestados de capacidade técnica, independente da época de expedição ou localidade.

11.28. As Propostas Técnicas das licitantes serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

11.28.1.1. Plano de Comunicação

11.28.1.2. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

a) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos;

c) do papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico;

d) do problema específico de comunicação da CONTRATANTE.

11.28.1.3. Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema 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 da CONTRATANTE com seus públicos;

d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE;

e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;

g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos da CONTRATANTE e a verba disponível.

11.28.1.4. Ideia Criativa

a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;

b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

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

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

simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

- f) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a exequibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

11.28.1.5. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade, demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

11.28.1.6. Capacidade de Atendimento

- a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá a disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre a CONTRATANTE e a licitante, esquematizado na Proposta;
- e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

11.28.1.7. Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência;
- b) a clareza das peças;
- c) a qualidade da execução e do acabamento.

11.28.1.8. Relatos de soluções de problemas de comunicação

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

nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

11.28.1.9.1. Aos quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

- a) Plano de Comunicação – 65 (sessenta e cinco)
 - a1) Raciocínio Básico – 10 (dez)
 - a2) Estratégia de Comunicação Publicitária – 25 (vinte e cinco)
 - a3) Ideia Criativa – 20 (vinte)
 - a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 (dez)
 - b) Capacidade de Atendimento – 15 (quinze)
- b1) Experiência em publicidade – 5 (cinco)
 - b2) Informações de marketing e comunicação – 10 (dez)
- c) Repertório – 10 (dez)
 - c1) Ideia criativa e sua pertinência – 4 (quatro)
 - c2) Clareza da campanha – 2 (dois)
 - c3) Qualidade da execução e do acabamento – 4 (quatro)
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 (dez)
- d1) Concatenação lógica da exposição – 2 (dois)
 - d2) Evidência do planejamento publicitário – 3 (três)
 - d3) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução – 3 (três)
 - d4) Relevância dos resultados apresentados – 2 (dois)

11.28.2. A nota de cada licitante corresponderá a soma das notas dos quesitos.

11.28.3. A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório. No caso de persistir a diferença de pontuação após esta reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

11.28.4. Em caso de empate na pontuação técnica será considerado como classificado em primeiro lugar, em face do licitante com o qual empatou, o licitante que tiver obtido a maior pontuação no item relativo à Ideia Criativa. Permanecendo ainda o empate, será classificado em primeiro lugar, em face do licitante com o qual empatou, o licitante que tiver obtido a maior pontuação no item relativo à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para os clientes, conteúdo do envelope 3.

11.28.5. Se ainda persistir, o empate entre duas ou mais propostas técnicas, será observado o disposto no §2º do art. 3º da Lei 9.433/2005 e, permanecendo o empate, proceder-se-á o sorteio em ato público a ser realizado na própria sessão prevista na segunda sessão ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação, cuja data será divulgada através de publicação no Diário dos Municípios e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

11.29. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do edital, do Termo de Referência e seus anexos;

b) não

alcançar, somadas todas as etapas, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;

c) obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos.

11.29.1. A proposta que obtiver a maior nota final será a primeira classificada, a segunda maior nota a segunda classificada e assim sucessivamente.

11.30. Quaisquer tributos, despesas e custos, diretos ou indiretos, omitidos da proposta ou incorretamente cotados que não tenham causado a desclassificação da mesma por caracterizar preço inexequível no julgamento das propostas, serão considerados como inclusos nos preços, não sendo considerados pleitos de acréscimos, a esse ou qualquer título, devendo os materiais ser fornecidos sem ônus adicionais.

11.31. É de inteira responsabilidade da licitante a adequada elaboração e o envio tempestivo da proposta, observando-se o formato exigido e compatível com a plataforma eletrônica utilizada para a presente licitação, sob pena de desclassificação.

11.32. A Administração não se responsabiliza por propostas não recebidas, recebidas fora do prazo ou corrompidas, em razão de erro no envio, uso de formato incompatível, falhas técnicas no equipamento ou conexão da licitante, ou qualquer outro motivo de responsabilidade exclusiva da participante.

11.33 Na proposta de preços deve constar prazo de validade das condições propostas não inferior a cento e vinte dias, a contar da data de apresentação da proposta.

11.33.1. As propostas apresentadas deverão conter, obrigatoriamente, o prazo de validade não inferior ao estabelecido no edital, contados a partir da data prevista para a abertura da sessão pública.

11.34. Será vedada a apresentação de proposta com prazo de validade inferior ao estipulado no subitem anterior, bem como aquelas que apresentarem de forma genérica expressões como “conforme exigido no edital” ou similares, sem a devida indicação do prazo em dias, sob pena de desclassificação.

11.35. A proposta deverá expressar a numeração do processo administrativo e desta Concorrência

11.36. Juntamente com a proposta, a licitante deve anexar a garantia de proposta prevista exigida no edital, bem como comprovante de pagamento da mesma e Certidão de Regularidade e Certidão de Administradores junto à Superintendência de Seguros Privados do Ministério da Fazenda, ambas sem identificação, sob pena de desclassificação.

11.36.1. Caso a licitação preveja a exigência de garantia da proposta, os licitantes deverão apresentar o respectivo comprovante de constituição da garantia no momento da apresentação da proposta, anexando-o no envelope da proposta de preço, a fim de permitir sua verificação na fase de análise das propostas, sob pena de desclassificação.

11.36.2. Caso a garantia de proposta seja do tipo “Carta de Fiança Bancária”, deverá ser com firma devidamente reconhecida em cartório ou com assinatura digital, acompanhada do comprovante de pagamento, da Certidão de Regularidade e da Certidão de Administradores junto à Superintendência de Seguros Privados do Ministério da Fazenda.

11.37. Visando assegurar a integridade do procedimento licitatório e garantir que os licitantes mantenham suas propostas válidas por prazo suficiente para o desenvolvimento das fases internas da licitação, como análise, julgamento, eventuais recursos, homologação e adjudicação do objeto, a garantia tratada no subitem 11.36. deste Termo de Referência deverá ter validade de, no mínimo, cento e vinte dias consecutivos, a partir da data marcada para entrega das propostas, sob pena de desclassificação.

11.37. A concorrente deve declarar que, caso seja a vencedora desta licitação e celebre o respectivo contrato administrativo, se compromete a observar a legislação trabalhista, previdenciária e de saúde e medicina do trabalho, responsabilizando-se pela eventual formalização dos registros contratuais, assim como pela previsão de gastos com meio ambiente do trabalho, incluindo equipamentos de proteção.

12. DA GESTÃO CONTRATUAL

12.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial (caput do art. 115 da Lei nº 14.133, de 2021).

12.2. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila (§5º do art. 115 da Lei nº 14.133, de 2021).

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

12.4. O órgão ou entidade poderá convocar representante do Contratado para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

12.5. Após a assinatura do termo de contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade convocará o representante do contratado para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução do contratado, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

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

12.7. O fiscal técnico do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

12.7.1. O fiscal técnico do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados;

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

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

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

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

12.8. O fiscal administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

12.8.1. Caso ocorram descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência.

12.9. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das

das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração.

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

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

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

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

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

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

13. DO MODELO DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

13.1. O prazo de início da execução dos serviços será de até 48 (quarenta e oito) horas da emissão da ordem de serviços, sendo o prazo do contrato de 12 meses, que começará a contar da data da sua assinatura.

13.2. Caso não seja possível iniciar os serviços no prazo avençado, o contratado deverá comunicar as razões respectivas com pelo menos 36 (trinta e seis) horas de antecedência para que o pleito de prorrogação de prazo seja analisado pela contratante, ressalvadas situações de caso fortuito e força maior.

13.3. Os serviços deverão ser executados por profissionais qualificados previamente indicados, devendo ser realizados nas dependências das instalações administrativas da Prefeitura Municipal de Picos, conforme unidades gestoras requerentes, sendo acompanhados pelos demais servidores indicados, fazendo-se presente com o mínimo de uma carga horária de 12hs semanais, a fim de que os serviços sejam prestados com eficiência.

13.4. Os serviços de atendimento serão efetivados na sede da Prefeitura Municipal de Picos, e, quando necessário, na sede das secretarias municipais.

13.5. As reuniões de aprovação serão realizadas, salvo acordo de ambas as partes, na sede da Prefeitura Municipal de Picos.

13.6. O planejamento de mídia e não-mídia deverá prever formas de distribuição em todo o município, ou no Estado do Piauí, a depender do assunto tema.

14. DAS OBRIGAÇÕES DA EMPRESA CONTRATADA

empresa contratada deverá cumprir integralmente as obrigações estabelecidas neste Termo de Referência, no contrato e na legislação aplicável, especialmente a Lei Federal nº 14.133/2021.

14.2. São obrigações da empresa contratada:

- a) Executar os serviços de manutenção preventiva e corretiva dos poços tubulares conforme as especificações técnicas, normas da ABNT e demais regulamentações pertinentes, garantindo a qualidade e segurança dos serviços prestados.
- b) Fornecer todas as peças e materiais necessários para a manutenção dos poços tubulares, assegurando que sejam novos, originais ou compatíveis de primeira linha, e que atendam às especificações técnicas exigidas.
- c) Disponibilizar equipe técnica qualificada e devidamente habilitada para a execução dos serviços, incluindo engenheiros, técnicos e operadores, conforme a complexidade das atividades a serem realizadas.
- d) Cumprir os prazos estabelecidos para o início e conclusão dos serviços, conforme cronograma acordado com a Administração Municipal, salvo em casos de força maior devidamente justificados.
- e) Responsabilizar-se por todos os encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais decorrentes da execução do contrato, não cabendo à Administração Municipal qualquer responsabilidade nesse sentido.
- f) Manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, comunicando imediatamente à Administração qualquer alteração que possa comprometer o cumprimento das obrigações contratuais.
- g) Garantir a integridade física e a segurança de seus empregados, adotando todas as medidas de segurança do trabalho necessárias durante a execução dos serviços.
- h) Comunicar à Administração Municipal, por escrito, qualquer anormalidade ou fato que possa comprometer a execução dos serviços ou o fornecimento das peças, propondo as medidas corretivas cabíveis.
- i) Permitir e facilitar a fiscalização e o acompanhamento dos serviços pela Administração Municipal, fornecendo todas as informações e documentos solicitados.
- j) Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução dos serviços ou do fornecimento das peças.
- k) Apresentar relatórios técnicos detalhados das atividades realizadas, conforme solicitado pela Administração Municipal, incluindo registros fotográficos, quando aplicável.
- l) Garantir a rastreabilidade das peças fornecidas, mantendo registros que permitam a identificação da origem, especificações técnicas e data de fabricação.
- m) Responsabilizar-se pela correta destinação dos resíduos gerados durante a execução dos serviços, em conformidade com a legislação ambiental vigente.

14.3. O descumprimento das obrigações estabelecidas neste Termo de Referência poderá acarretar a aplicação das penalidades previstas no contrato e na legislação pertinente, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.

15. DAS OBRIGAÇÕES DO MUNICÍPIO CONTRATANTE

15.1. Constituem obrigações do Município de Picos-PI, por meio de suas secretarias contratantes:

- a) Prestar as informações necessárias para a adequada execução do objeto contratual, especialmente quanto à localização, tipo e situação dos poços tubulares a serem atendidos;

b) Emitir

ordens de fornecimento e de serviço de acordo com suas necessidades, dentro dos quantitativos e prazos previstos neste Termo de Referência;

c) Fiscalizar a execução dos serviços e o fornecimento das peças, designando servidores ou comissão específica para acompanhar, inspecionar e atestar o cumprimento das obrigações contratuais pela empresa contratada;

d) Comunicar formalmente à contratada quaisquer irregularidades ou falhas verificadas na execução do objeto, solicitando a correção ou substituição dos materiais ou serviços, quando necessário;

e) Efetuar os pagamentos devidos à contratada dentro dos prazos estabelecidos no contrato, desde que cumpridas todas as exigências legais e contratuais e após o devido atesto da unidade requisitante;

f) Proporcionar acesso aos locais de execução dos serviços, sempre que necessário e desde que autorizado pelos responsáveis pela área, garantindo condições adequadas para a realização das atividades contratadas;

g) Adotar as providências administrativas necessárias para assegurar a vigência regular do contrato, inclusive quanto à eventual necessidade de aditivos contratuais, prorrogações ou alterações dentro dos limites legais;

h) Zelar pela fiel observância das disposições contratuais e legais durante toda a vigência do contrato, visando à correta aplicação dos recursos públicos e à satisfação do interesse público.

15.2. O não cumprimento injustificado de quaisquer das obrigações acima pelo Município não eximirá a contratada do cumprimento das obrigações assumidas, exceto se comprovadamente houver interferência direta e impeditiva por parte da Administração.

16. DA FISCALIZAÇÃO

16.1. A fiscalização da contratação será exercida por um representante da Administração, ao qual competirá dirimir as dúvidas que surgirem no curso da execução do contrato, e de tudo dará ciência à Administração.

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

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

17. DO PAGAMENTO

17.1. O recebimento inicial dos serviços dar-se-á de forma sumária, no momento da entrega, concomitantemente à apresentação da nota fiscal ou equivalente, pelo responsável pela supervisão contratual, para fins de conferência posterior de conformidade com as especificações deste Termo de Referência e da proposta.

17.2. Caso os serviços não atendam integralmente às exigências estabelecidas, total ou parcialmente, estes deverão ser substituídos em até 3 (três) dias úteis, contados da notificação, às expensas do contratado, sem prejuízo da aplicação de sanções previstas.

17.3. O

recebimento definitivo será formalizado em até 15 (quinze) dias úteis após o protocolo da nota fiscal ou documento equivalente, mediante inspeção de qualidade e quantidade e lavratura de termo específico de aceitação.

17.4. Esse prazo poderá ser excepcionalmente prorrogado, por igual período e mediante justificativa fundamentada, quando se fizer necessário realizar diligências adicionais para verificar o atendimento das condições contratuais.

17.5. Em caso de divergência quanto à extensão, qualidade ou quantidade dos serviços prestados, aplicar-se-á o disposto no art. 143 da Lei nº 14.133/2021, autorizando-se pagamento apenas da parcela incontroversa, mediante emissão de Nota Fiscal parcial.

17.6. O período destinado à correção de inconsistências ou à regularização da documentação fiscal, identificado durante a análise pré-liquidação, não será computado no prazo de recebimento definitivo.

17.7. O aceite provisório ou definitivo não exime o contratado de sua responsabilidade civil pela solidez e segurança dos serviços, tampouco de sua responsabilidade técnico-profissional.

17.8. Após o recebimento da nota fiscal ou documento de cobrança, correrá o prazo de 10 (dez) dias úteis para liquidação da despesa, prorrogáveis por igual período.

17.8.1. Esse prazo será reduzido à metade, mantida a possibilidade de prorrogação, quando se tratar de contratação cujo valor não exceda o limite previsto no inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133/2021.

17.9. Para fins de liquidação, a área competente verificará se o documento apresenta os elementos essenciais, tais como:

- a) validade da nota;
- b) data de emissão;
- c) identificação do contrato e do órgão contratante;
- d) período de execução;
- e) valor devido;
- f) destaque de retenções tributárias, quando for o caso.

17.10. Se houver falhas na nota fiscal ou em documentos que obstem a liquidação, o processo ficará suspenso até que o contratado sane as irregularidades, sendo reiniciado o prazo de liquidação após a regularização, sem ônus para a Administração.

17.11. A nota fiscal ou instrumento equivalente deverá ser instruída com comprovação de regularidade fiscal, obtida por meio de consulta ao cadastro de fornecedores ou registro unificado no PNCP, ou, na impossibilidade de acesso, por meio de certidões exigidas no art. 68 da Lei nº 14.133/2021.

17.12. A Administração deverá consultar o cadastro de fornecedores ou registro unificado no PNCP para:

- a) confirmar a manutenção das condições de habilitação previstas no edital;
- b) verificar eventuais restrições que impeçam contratar com a Administração.

17.13. Caso se apure irregularidade cadastral do contratado, este será notificado por escrito para regularização ou apresentação de defesa em até 5 (cinco) dias úteis, prorrogáveis uma vez por igual período, a critério da Administração.

17.14. Não ocorrendo a regularização ou sendo rejeitada a defesa, a Administração comunicará a situação aos órgãos de fiscalização competentes para adoção das medidas cabíveis na garantia de seus créditos.

17.15.

Persistindo a irregularidade, a Administração adotará providências para rescisão contratual no respectivo processo administrativo, assegurada ampla defesa ao contratado.

17.16. Caso haja execução parcial ou total do objeto, os ipas prosseguirão normalmente até a eventual rescisão do contrato, caso o contratado não regularize sua situação cadastral.

17.17. Em conformidade com o inciso VI do art. 92 da Lei nº 14.133/2021, o pagamento deverá ser efetuado em até 10 (dez) dias úteis contados da conclusão da liquidação da despesa.

17.18. Na hipótese de mora por parte da Administração, os valores devidos serão atualizados monetariamente, do término do prazo de pagamento até a efetiva quitação, pelo IPCA.

17.19. O pagamento será realizado mediante ordem bancária em conta corrente indicada pelo contratado.

17.20. Considera-se data de pagamento o dia de emissão da ordem bancária.

17.21. Serão efetuadas retenções tributárias na fonte, nos percentuais previstos na legislação vigente, independentemente do que conste na proposta.

17.21.1. Os percentuais de retenção seguirão o estabelecido na legislação aplicável, mesmo que divergentes daqueles apresentados em planilha de custos.

17.22. Micro e pequenas empresas optantes pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar nº 123/2006, ficarão isentas de retenção de tributos abrangidos por esse regime, condicionada à apresentação de comprovação oficial dessa condição.

17.23. A antecipação de pagamento somente será autorizada se resultar em expressiva economia de recursos ou for indispensável à obtenção do serviço, conforme § 1º do art. 145 da Lei nº 14.133/2021.

18. DAS SANÇÕES

18.1. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

18.1.1. advertência;

18.2.2. multa;

18.2.3. impedimento de licitar e contratar e

18.2.4. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

18.2. Na aplicação das sanções serão considerados:

18.2.1. a natureza e a gravidade da infração cometida.

18.2.2. as peculiaridades do caso concreto

18.2.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes

18.2.4. os danos que dela provierem para a Administração Pública

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

18.3. A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato licitado, recolhida no prazo máximo de 10 dias úteis, a contar da comunicação oficial.

18.3.1. Para

as infrações previstas nos itens 12.1.1, 12.1.2 e 12.1.3, a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

18.3.2. Para as infrações previstas nos itens 12.1.4, 12.1.5, 12.1.6, 12.1.7 e 12.1.8, a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.

18.4. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

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

18.6. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 12.1.1, 12.1.2 e 12.1.3, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

18.7. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 12.1.4, 12.1.5, 12.1.6, 12.1.7 e 12.1.8, bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens 12.1.1, 12.1.2 e 12.1.3 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei n.º 14.133/2021.

19. DOS CASOS OMISSOS

19.1. Os casos omissos serão decididos pelo Município de Picos/PI, segundo as disposições contidas estabelecidas na Lei n° 14.133, de 2021, bem como Decreto Municipal 14/2024 de 16 de janeiro de 2024 e demais legislações aplicáveis e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital.

20. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

20.1. Informações complementares acerca dos temas tratados neste Termo de Referência poderão ser solicitadas à Prefeitura Municipal de Picos/PI, localizada nesta cidade na Rua Marcos Parente, nº 156, Centro, em dias úteis as 08 h e 00 min às 14 h e 00 min.

Picos/PI, 10 de julho de 2025.

Francisco de Assis Nascimento Alves Júnior

CPF n. 050.353.603-26

Coordenadoria Municipal de Comunicação de Picos/PI

Portaria N° 04/2025



ANEXO II - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS
PROCESSO LICITATÓRIO XXX/2025
CONCORRÊNCIA Nº XX/2025

Objeto: Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade institucional e marketing digital, com o objetivo de assessorar a equipe de comunicação da Prefeitura Municipal de Picos/PI e de suas Secretarias Municipais — notadamente as Secretarias de Assistência Social, Educação, Saúde, Administração e demais que venham a demandar —, por meio da elaboração, edição e veiculação de matérias institucionais e da produção de conteúdos publicitários que promovam a comunicação institucional em meios físicos e digitais. A execução dos serviços compreenderá, de forma integrada e continuada: a) a gestão estratégica das redes sociais e demais canais oficiais da Prefeitura; b) o suporte editorial e gráfico na produção de conteúdos, incluindo diagramação, revisão e publicação; c) o envio de informações para atualização do site institucional e demais plataformas digitais; d) o relacionamento com a imprensa local e regional para veiculação de comunicados e ações governamentais de interesse público.

Razão Social do Licitante:
CNPJ:
Endereço:
E-mail:
Telefone:
Representante Legal (nome, RG, CPF e qualificação):
Responsável pela assinatura do contrato (nome, RG, CPF e qualificação):

Critérios	Percentual de Desconto
Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com base na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Piauí, vigente à época da prestação dos serviços, com a concessão do percentual de desconto:	____ % (por extenso)
Percentual incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; 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; 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 extenso)
Percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.	____ % (por extenso)
Percentual de remuneração sobre o valor da contratação da mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto padrão.	____ % (por extenso)

Validade da proposta: **90 (noventa) dias**.

Local e data.

(assinatura do representante legal)

Atenção: Proposta a ser emitida em papel timbrado, de forma que identifique a proponente e contenha todos os dados citados.

MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO
PROCESSO LICITATÓRIO Nº xxx/2025
CONCORRÊNCIA Nº xx/2025

Pelo presente instrumento, credenciamos o(a) Sr.(a) _____, portador(a) do Documento de Identidade n.º _____, inscrito no CPF sob o n.º _____, como representante da licitante _____, inscrita no CNPJ sob o n.º _____, para participar da licitação acima referenciada, instaurada pela Prefeitura Municipal de Picos-PI, na qualidade de representante legal, outorgando-lhe plenos poderes para pronunciar-se em seu nome, bem como formular proposta de preços, assinar documentos, requerer vista de documentos e propostas, interpor recurso e praticar todos os atos inerentes ao certame, a que tudo daremos por firme e valioso.

Local e data.

Assinatura: _____

Nome legível: _____

Qualificação: _____



**MODELO DE DECLARAÇÃO DE FATOS IMPEDITIVOS PROCESSO LICITATÓRIO Nº
xxx/2025
CONCORRÊNCIA Nº xx/2025**

A empresa _____, inscrita no CNPJ _____,
sediada _____ (endereço completo) declara, sob as penas da Lei, que até a
presente data inexistem fatos impeditivos para sua contratação no presente processo licitatório,
ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Local e data.

(nome e identificação do declarante)

MODELO DE DECLARAÇÃO DE EMPREGADOR PESSOA JURÍDICA
PROCESSO LICITATÓRIO Nº xxx/2025
CONCORRÊNCIA Nº xx/2025

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal o (a) Sr. (a) _____, portador do Documento de Identidade nº _____ e inscrito no CPF sob o nº _____, DECLARA, sob as penas da lei, em cumprimento ao disposto no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição da República, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

() Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz. (Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima).

Local e data.

(nome e identificação do declarante)

MODELO DE DECLARAÇÃO DE PLENO CONHECIMENTO DO EDITAL
PROCESSO LICITATÓRIO Nº xxx/2025
CONCORRÊNCIA Nº xx/2025

A empresa _____, devidamente inscrita sob o CNPJ nº. _____ com sede na _____ (endereço completo), por intermédio de seu representante legal, infra-assinado, e para os fins de cumprimento do exigido neste processo licitatório, DECLARA sob as penas da Lei, que possui pleno conhecimento do objeto da Concorrência nº 01/2024, e concorda com todas as exigências contidas no edital e anexos, declarando, por fim, que aceita e submete-se a todas as condições estabelecidas.

Local e data.

(nome e identificação do declarante)

MODELO DE DECLARAÇÃO DE AUSÊNCIA DE VÍNCULO
PROCESSO LICITATÓRIO Nº xxx/2025
CONCORRÊNCIA Nº xx/2025

A empresa _____, devidamente inscrita sob o CNPJ nº. _____ com sede na _____ (endereço completo), por intermédio de seu representante legal, infra-assinado, e para os fins de cumprimento do exigido neste processo licitatório, DECLARA, sob as penas da lei, que não se enquadra em nenhuma das hipóteses restritivas do artigo nº 14, da Lei Federal nº 14.133/21.

Local e data.

(nome e identificação do declarante)

- DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE
PROCESSO LICITATÓRIO Nº xx/2025
CONCORRÊNCIA Nº xx/2025

A empresa _____ inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal o (a) Sr. (a) _____, portador do Documento de Identidade nº _____ e inscrito no CPF sob o nº _____ DECLARA, sob as penas da lei, que não foi declarada INIDÔNEA para licitar ou contratar com a Administração Pública, nos termos da Lei Federal nº 14.133/21, bem como que comunicará qualquer fato ou evento superveniente à entrega dos documentos de qualificação que venha alterar a atual situação quanto à capacidade jurídica, técnica, regularidade fiscal e idoneidade econômico-financeira.

Local e data.

(nome e identificação do declarante)



DECLARAÇÃO DE ADEQUAÇÃO À LEGISLAÇÃO DE PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS
PROCESSO LICITATÓRIO Nº xxx/2025
CONCORRÊNCIA Nº xx/2025

A empresa _____ inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal o (a) Sr. (a) _____, portador do Documento de Identidade nº _____ e inscrito no CPF sob o nº _____ DECLARA, sob as penas da Lei, que se adequa à legislação de privacidade e proteção de dados vigente (Lei Federal nº 13.709/18 - Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD) e alterações.

Local e data.

(nome e identificação do declarante)

MINUTA DO CONTRATO
CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº XXXX/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº XXXXXX

TERMO DE CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE
SERVIÇOS, QUE FAZEM ENTRE SI O(A) --E

.....

A PREFEITURA MUNICIPAL DE PICOS, inscrita no CNPJ sob o nº xxxxxx com sede na Rua xxxxxxx, CEP zzzzzz, Estado do Piauí, a seguir denominado CONTRATANTE, neste ato representado por seu Prefeito Municipal xxxxxxx, com sede na Rua _____, n.º _____, Bairro _____, no Município de _____ - _____, CEP: _____, Fone (--) _____, e-mail _____, inscrita no CNPJ sob o n.º _____, Inscrição Estadual n.º _____, neste ato representado pelo(a) Sr.(a) _____, portador(a) da Cédula de Identidade nº _____, expedida pela _____ e inscrito(a) no CPF sob o nº _____, a seguir denominada CONTRATADA, resolvem celebrar o presente Contrato, como especificado em seu objeto, em conformidade com o PROCESSO LICITATÓRIO Nº xxx/2025, na modalidade CONCORRÊNCIA Nº xx/2025, por técnica e preço, sob a égide da Lei Federal nº 14.133/21, Lei nº 12.232/2010, e demais legislações pertinentes, mediante as cláusulas e condições a seguir pactuadas:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO (art. 92, I e II)

1.1. O objeto do presente instrumento é Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade institucional e marketing digital, nas condições estabelecidas no Termo de Referência, com o objetivo de assessorar a equipe de comunicação da Prefeitura Municipal de Picos/PI e de suas Secretarias Municipais — notadamente as Secretarias de Assistência Social, Educação, Saúde, Administração e demais que venham a demandar —, por meio da elaboração, edição e veiculação de matérias institucionais e da produção de conteúdos publicitários que promovam a comunicação institucional em meios físicos e digitais. A execução dos serviços compreenderá, de forma integrada e continuada:

- a gestão estratégica das redes sociais e demais canais oficiais da Prefeitura;
- o suporte editorial e gráfico na produção de conteúdos, incluindo diagramação, revisão e publicação;
- o envio de informações para atualização do site institucional e demais plataformas digitais;
- o relacionamento com a imprensa local e regional para veiculação de comunicados e ações governamentais de interesse público.

1.2. Toda campanha ou peça publicitária somente será veiculada após aprovação expressa da Administração Pública, a quem compete o controle editorial, legal e ético dos conteúdos, nos termos do art. 7º, §2º da Lei nº 12.232/2010."

1.3. Vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

- 1.3.1. O Termo de Referência;
- 1.3.2. O Edital da Licitação;
- 1.3.3. A Proposta do contratado;
- 1.3.4. Eventuais anexos dos documentos supracitados.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

2.1. O prazo de vigência da contratação é de 12 meses, podendo ser prorrogados sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, desde que haja previsão em edital e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

2.2. A prorrogação de que trata este item é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado, atentando, ainda, para o cumprimento dos seguintes requisitos:

- a) Estar formalmente demonstrado no processo que a forma de prestação dos serviços tem natureza continuada;
- b) Seja juntado relatório que discorra sobre a execução do contrato, com informações de que os serviços tenham sido prestados regularmente;

c) Seja

juntada justificativa e motivo, por escrito, de que a Administração mantém interesse na realização do serviço;

d) Haja manifestação expressa do contratado informando o interesse na prorrogação;

e) Seja comprovado que o contratado mantém as condições iniciais de habilitação.

2.3. O contratado não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

2.4. A prorrogação de contrato deverá ser promovida mediante celebração de termo aditivo.

2.5. Nas eventuais prorrogações contratuais, os custos não renováveis já pagos ou amortizados ao longo do primeiro período de vigência da contratação deverão ser reduzidos ou eliminados como condição para a renovação.

2.6. O contrato não poderá ser prorrogado quando o contratado tiver sido penalizado nas sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS (art. 92, IV, VII e XVIII)

3.1. O regime de execução contratual, os modelos de gestão e de execução, assim como os prazos e condições de conclusão, entrega, observação e recebimento do objeto constam no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

4. CLÁUSULA QUARTA – SUBCONTRATAÇÃO

4.1. Será permitida a subcontratação de serviços técnicos complementares de produção e execução publicitária, desde que sob responsabilidade e supervisão direta da agência contratada, vedada, contudo, a subcontratação de outra agência de publicidade.

5. CLÁUSULA QUINTA – PREÇO (art. 92, V)

5.1. O valor total da contratação é de
(.....).

5.2. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução do objeto, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação.

6. CLÁUSULA SEXTA - PAGAMENTO (art. 92, V e VI)

6.1. O prazo para pagamento ao contratado e demais condições a ele referentes encontram-se definidos no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

7. CLÁUSULA SÉTIMA - REAJUSTE (art. 92, V)

7.1. Os preços inicialmente contratados são fixos e irreajustáveis no prazo de um ano contado da data do orçamento estimado.

7.2. Após o interregno de um ano, e independentemente de pedido do contratado, os preços iniciais serão reajustados, mediante a aplicação, pelo contratante, do índice do IGPM, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

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

7.4. No caso de atraso ou não divulgação do(s) índice (s) de reajustamento, o contratante pagará ao contratado a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja(m) divulgado(s) o(s) índice(s) definitivo(s).

7.5. Nas aferições finais, o(s) índice(s) utilizado(s) para reajuste será(ão), obrigatoriamente, o(s) definitivo(s).

7.6. Caso o(s) índice(s) estabelecido(s) para reajustamento venha(m) a ser extinto(s) ou de qualquer forma não possa(m) mais ser utilizado(s), será(ão) adotado(s), em substituição, o(s) que vier(em) a ser determinado(s) pela legislação então em vigor.

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

7.8. O reajuste será realizado por apostilamento.

8. CLÁUSULA OITAVA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE (art. 92, X, XI e XIV)

8.1. São obrigações do Contratante:

8.2. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo Contratado, de acordo com o contrato e seus anexos;

8.3. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Termo de Referência;

8.4. Notificar o Contratado, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto fornecido, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas;

Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo Contratado;

8.6. Comunicar a empresa para emissão de Nota Fiscal em relação à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento, quando houver controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, conforme o art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021;

8.7. Efetuar o pagamento ao Contratado do valor correspondente à execução do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente Contrato e no Termo de Referência;

8.8. Aplicar ao Contratado as sanções previstas na lei e neste Contrato;

8.9. Cientificar o órgão de representação judicial da Procuradoria-Geral do Município para adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento de obrigações pelo Contratado;

8.10. Explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste.

8.10.1. A Administração terá o prazo de 1 (um) mês, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.

8.11. Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo contratado no prazo máximo de 1 (um) mês.

8.12. Notificar os emitentes das garantias quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais.

8.13. Comunicar o Contratado na hipótese de posterior alteração do projeto pelo Contratante, no caso do art. 93, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021.

8.14. A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pelo Contratado com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do Contratado, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

9. CLÁUSULA NONA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO (art. 92, XIV, XVI e XVII)

9.1. O Contratado deve cumprir todas as obrigações constantes deste Contrato e de seus anexos, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto, observando, ainda, as obrigações a seguir dispostas:

9.2. Manter preposto aceito pela Administração no local do serviço para representá-lo na execução do contrato.

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

9.4. Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal do contrato ou autoridade superior (art. 137, II) e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados;

9.5. Alocar os empregados necessários ao perfeito cumprimento das cláusulas deste contrato, com habilitação e conhecimento adequados, fornecendo os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios demandados, cuja quantidade, qualidade e tecnologia deverão atender às recomendações de boa técnica e a legislação de regência;

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

9.7. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990), bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo Contratante, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida no edital, o valor correspondente aos danos sofridos;

9.8. Não contratar, durante a vigência do contrato, cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente do contratante ou do fiscal ou gestor do contrato, nos termos do artigo 48, parágrafo único, da Lei nº 14.133, de 2021;

9.9. Quando não for possível a verificação da regularidade no Cadastro de Fornecedores, o contratado deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, até o dia trinta do mês seguinte ao da prestação dos serviços, os seguintes documentos:

1) prova de regularidade relativa à Seguridade Social;

2) certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União;

3) certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Municipal ou Distrital do domicílio ou sede do contratado;

4) Certidão

de Regularidade do FGTS – CRF; e 5) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;

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

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

9.12. Prestar todo esclarecimento ou informação solicitada pelo Contratante ou por seus prepostos, garantindo-lhes o acesso, a qualquer tempo, ao local dos trabalhos, bem como aos documentos relativos à execução do empreendimento.

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

9.14. Promover a guarda, manutenção e vigilância de materiais, ferramentas, e tudo o que for necessário à execução do objeto, durante a vigência do contrato.

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

9.16. Submeter previamente, por escrito, ao Contratante, para análise e aprovação, quaisquer mudanças nos métodos executivos que fujam às especificações do memorial descritivo ou instrumento congênere.

9.17. Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezesseis anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos, nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre;

9.18. Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições exigidas para habilitação na licitação;

9.19. Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação (art. 116);

9.20. Comprovar a reserva de cargos a que se refere a cláusula acima, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas (art. 116, parágrafo único);

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

9.22. Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no art. 124, II, d, da Lei nº 14.133, de 2021;

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

9.24. Realizar a transição contratual com transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas, sem perda de informações, podendo exigir, inclusive, a capacitação dos técnicos do contratante ou da nova empresa que continuará a execução dos serviços.

10. CLÁUSULA DÉCIMA- OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD

10.1. As partes deverão cumprir a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD), quanto a todos os dados pessoais a que tenham acesso em razão do certame ou do contrato administrativo que eventualmente venha a ser firmado, a partir da apresentação da proposta no procedimento de contratação, independentemente de declaração ou de aceitação expressa.

10.2. Os dados obtidos somente poderão ser utilizados para as finalidades que justificaram seu acesso e de acordo com a boa-fé e com os princípios do art. 6º da LGPD.

10.3. É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei.

10.4. A Administração deverá ser informada no prazo de 5 (cinco) dias úteis sobre todos os contratos de suboperação firmados ou que venham a ser celebrados pelo Contratado.

10.5. Terminado o tratamento dos dados nos termos do art. 15 da LGPD, é dever do contratado eliminá-los, com exceção das hipóteses do art. 16 da LGPD, incluindo aquelas em que houver

necessidade

de guarda de documentação para fins de comprovação do cumprimento de obrigações legais ou contratuais e somente enquanto não prescritas essas obrigações.

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

10.7. O Contratado deverá exigir de suboperadores e subcontratados o cumprimento dos deveres da presente cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.

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

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

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

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

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

10.12. Os contratos e convênios de que trata o § 1º do art. 26 da LGPD deverão ser comunicados à autoridade nacional.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – GARANTIA DE EXECUÇÃO (art. 92, XII)

11.1. Não haverá exigência de garantia contratual da execução.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS (art. 92, XIV)

12.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato;
- d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado; e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- e) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- f) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- g) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

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

- I. Advertência, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);
- II. Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);
- III. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).
- IV. Multa:
 1. Moratória de 1% (um. por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;
 2. Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor total do contrato por dia de atraso injustificado, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.

a) O

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

3) Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas “e” a “h” do subitem 12.1, de 10 % a 30. % do valor do Contrato.

4) Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea “c” do subitem 12.1, de 20% a 30% do valor do Contrato.

5) Para infração descrita na alínea “b” do subitem 12.1, a multa será de 20% a 30% do valor do Contrato.

6) Para infrações descritas na alínea “d” do subitem 12.1, a multa será de 5% a 20% do valor do Contrato.

7) Para a infração descrita na alínea “a” do subitem 12.1, a multa será de 8% a 25% do valor do Contrato, ressalvadas as seguintes infrações:

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

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

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

12.5. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

12.6. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

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

12.8. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

- a. a natureza e a gravidade da infração cometida;
- b. as peculiaridades do caso concreto;
- c. as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
- d. os danos que dela provierem para o Contratante;
- e. a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

12.9. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

12.10. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021)

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

12.12. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

12.13. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total

ou

parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante, na forma da Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA EXTINÇÃO CONTRATUAL (art. 92, XIX)

13.1. O contrato será extinto quando cumpridas as obrigações de ambas as partes, ainda que isso ocorra antes do prazo estipulado para tanto.

13.2. Se as obrigações não forem cumpridas no prazo estipulado, a vigência ficará prorrogada até a conclusão do objeto, caso em que deverá a Administração providenciar a readequação do cronograma fixado para o contrato.

13.3. Quando a não conclusão do contrato referida no item anterior decorrer de culpa do contratado:

- a. ficará ele constituído em mora, sendo-lhe aplicáveis as respectivas sanções administrativas; e
- b. poderá a Administração optar pela extinção do contrato e, nesse caso, adotar as medidas admitidas em lei para a continuidade da execução contratual

13.4. O contrato poderá ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133/21, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

13.4.1. Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.

13.4.2. A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a extinção se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

13.4.2.1. Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

13.5. O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

13.5.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

13.5.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

13.5.1. Indenizações e multas.

13.6. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021).

13.7. O contrato poderá ser extinto caso se constate que o contratado mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau (art. 14, inciso IV, da Lei n.º 14.133, de 2021).

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA (art. 92, VIII)

14.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento da Prefeitura Municipal de Picos, na dotação:

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

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DOS CASOS OMISSOS (art. 92, III)

15.1. Os casos omissos serão decididos pelo contratante, segundo as disposições contidas na Lei nº 14.133, de 2021, e demais normas federais aplicáveis e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.078, de 1990 – Código de Defesa do Consumidor – e normas e princípios gerais dos contratos.

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – ALTERAÇÕES

16.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos art. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021.

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

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

16.4. Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do art. 136 da Lei nº 14.133, de 2021.

17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – PUBLICAÇÃO



17.1.

Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, no Diário dos Municípios, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021, e ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011, c/c art. 7º, §3º, inciso V, do Decreto n. 7.724, de 2012.

18. CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA- FORO (art. 92, §1º)

18.1. Fica eleito o Foro da Comarca de Picos para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação, conforme art. 92, §1º, da Lei nº 14.133/21.