



EDITAL

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 033/2025

LICITAÇÃO Nº 005/2025

MODALIDADE: CONCORRÊNCIA PRESENCIAL

CRITÉRIO: TÉCNICA E PREÇO

LEGISLAÇÃO: Lei Federal nº 12.232/2010; Lei Federal nº 14.133/2021; Lei Federal nº 4.680/1965; Lei Complementar 123/2006; Decreto Federal nº 57.690/1966; Decreto Federal nº 4.563/2002.

O **MUNICÍPIO DE TIMBAÚBA** e a Comissão de Contratação, designada pela Portaria nº 020/2025, tornam público, para conhecimento dos interessados, que realizarão licitação, na modalidade CONCORRÊNCIA, na forma PRESENCIAL, através da execução indireta sob o regime de empreitada por preço unitário, critério de julgamento "TÉCNICA E PREÇOS", nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, com aplicação subsidiária da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, da Lei Federal nº 4.680/1965; Lei Complementar 123/2006; Decreto Federal nº 57.690/1966; Decreto Federal nº 4.563/2002; e demais regulamentares aplicáveis a espécie e exigências estabelecidas neste Edital, objetivando a escolha da proposta mais vantajosa para o objeto descrito no item 1 deste Edital.

Data de abertura da sessão pública: 02/10/2025.

Horário: 09:30H - horário de Brasília.

Local: Setor de Licitação, Rua Av. Alcebíades, nº 276, Centro, Timbaúba/PE.

1.0. DO OBJETO

1.1. Constitui objeto deste Edital a contratação de 01 (uma) agência de publicidade para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, à conceituação, à concepção, à criação, à execução interna, à intermediação e à supervisão da execução externa e à distribuição de publicidade na divulgação das ações do Contratante, bem como orientação social, educativa e informativa aos munícipes de Timbaúba/PE.

1.2. Também integram o objeto deste Edital, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.



1.3. A contratação dos serviços elencados acima tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir idéias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

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

1.5. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade específica de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Timbaúba/PE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.6. Os serviços previstos neste Edital não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.8. Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse da Prefeitura Municipal de Timbaúba/PE.

1.9. Para a prestação dos serviços objeto da presente licitação, será contratada 01 (uma) agência de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

1.10. A agência atuará por ordem e conta da Prefeitura Municipal de Timbaúba/PE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares descritas acima, e de veículos e demais meios de divulgação para a compra de tempo e/ou espaços publicitários.



1.11. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços objeto desta licitação.

2.0. DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

2.1. Informações ou esclarecimentos sobre esta licitação, serão prestados nos horários normais de expediente: das 08:00h às 13:00h.

2.2. Qualquer pessoa - cidadão ou licitante - é parte legítima para impugnar o Edital deste certame por irregularidade ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, devendo encaminhar o respectivo pedido, dirigido à Comissão de Contratação, até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura da sessão pública, por meio eletrônico, no e-mail: licitacaotimbauba@gmail.com ou cpl@timbauba.pe.gov.br.

2.3.

2.4. A Comissão de Contratação responderá aos pedidos de esclarecimentos ou impugnação no prazo de até 3 (três) dias úteis, contado da data de seu recebimento, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame, e poderá requisitar subsídios formais aos responsáveis pela elaboração dos instrumentos de planejamento/órgão requisitante deste certame.

2.5.

2.6. A impugnação não possui efeito suspensivo, sendo a sua concessão medida excepcional que deverá ser motivada pela Comissão de Contratação, nos autos do processo de licitação. Acolhida a impugnação contra o Edital, será definida e publicada nova data para realização do certame, observados os prazos fixados na norma vigente.

2.7.

2.8. As respostas aos pedidos de esclarecimentos e impugnações serão divulgadas em sítio eletrônico oficial da Prefeitura Municipal de Timbaúba, dentro do prazo estabelecido no subitem 2.3, e vincularão os participantes e a Administração.

3.0. DOS COMPONENTES DESTE EDITAL

3.1. Constituem anexos deste Edital e dele fazem parte integrante:

- 3.1.1. Termo de Referência e Apêndices (Anexo I);
- 3.1.2. Briefing (Anexo II);
- 3.1.3. Minuta do Contrato (Anexo III);
- 3.1.4. Modelo das Declarações (Anexo IV).

4.0. DA VERBA DA CONTRATAÇÃO E DA REMUNERAÇÃO

4.1. O valor da contratação está estimado em **R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais)**, analisando as necessidades de divulgação de ações e atividades educativas.



- 4.2. Os recursos necessários para a contratação dos serviços objeto deste Edital são provenientes do Orçamento Geral do Município, exercício 2025, através da Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano, na seguinte classificação orçamentária:

2014 – SECRETARIA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO E
DESENVOLVIMENTO URBANO
2.2158 – MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DAS SEC DE PLANEJAMENTO E
DESENVOLVIMENTO URBANO
33.90.39 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PJ
FONTE 1

- 4.3. O valor pertinente à efetiva utilização dos serviços previstos neste Edital será orçado pela Contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se rigorosamente, sob pena de responsabilidade, a compatibilidade com os preços do mercado, devendo ser submetidos, previamente, à apreciação e aprovação da Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano
- 4.4. Se o Município de Timbaúba/PE optar pela prorrogação do Contrato que vier a ser assinado, serão consignados nos próximos exercícios, no Orçamento Geral do Município, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.
- 4.5. O Município de Timbaúba/PE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

5.0. DA PARTICIPAÇÃO

- 5.1. A contratação dos serviços tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral. Os serviços a serem contratados serão realizados e executados sempre sob a supervisão, coordenação e orientação da Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano.
- 5.2. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, cuja atividade seja disciplinada pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.
- 5.3. A agência atuará por ordem e conta da Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços previstos no Contrato.
- 5.4. Somente poderá participar da Concorrência a agência de propaganda que atender a todas as condições do Edital e apresentar os documentos nele exigidos.



- 5.5. Não poderá participar da Concorrência a agência de propaganda:
- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Município de Timbaúba/PE;
 - b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
 - c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
 - d) estrangeira que não funcione no País;
 - e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano;
 - f) que estejam reunidas em consórcio;
 - g) que atuem sem fins lucrativos.
- 5.6. Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 – do Plenário, do Tribunal de Contas da União – TCU.
- 5.7. Nenhuma licitante poderá participar da Concorrência com mais de uma Proposta. A participação na Concorrência implica, tacitamente, para a licitante:
- a) a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação as informações necessárias ao cumprimento da concorrência;
 - b) a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes do Edital;
 - c) e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.
- 5.8. A licitante deverá assumir todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços, e dos Documentos de Habilitação exigidos na Concorrência, não sendo a Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

6.0. DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

- 6.1. Os envelopes lacrados poderão ser entregues por procurador da licitante, devidamente munido do instrumento de procuração, ou por seu representante legal, mediante a comprovação através do Contrato ou Estatuto Social e/ou suas



alterações, diretamente à Comissão de Contratação, no dia, hora e local referidos no preâmbulo deste Edital. Em caso de entrega por simples portador a licitante não terá representação na sessão inaugural do certame.

6.1.1. Os documentos mencionados no subitem 6.1 deste Edital, que dizem respeito à procuração e à prova da representação legal, no ato da entrega dos envelopes lacrados, deverão estar fora destes e permanecerão retidos em poder da Comissão de Contratação para instrução do processo.

6.2. A procuração mencionada no subitem anterior poderá ser pública ou particular. Nesta última hipótese, deverá ser lavrada, preferencialmente, em papel timbrado da licitante, ou conter, no mínimo, os poderes nela mencionados.

6.3. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, deverá ser apresentada a cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em Cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão de Contratação ateste sua autenticidade.

6.4. Em caso de representação por procurador e/ou sócio, a pessoa indicada deverá entregar, juntamente com a representação legal mencionada nos subitens anteriores, seu documento de identidade de fé pública ou cópia devidamente autenticada.

6.5. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

7.0. DOS PRAZOS

7.1. O prazo de validade da proposta é de 60 (sessenta) dias corridos, contado a partir da data da sua apresentação, que ocorrerá no dia da sessão de abertura deste certame licitatório, suspendendo-se este prazo na hipótese de interposição de recurso administrativo até sua ulterior decisão.

7.2. O prazo de vigência do contrato é de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, nos termos dos art. 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021.

8.0. DA ELABORAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇOS

8.1. Para elaboração da Proposta Técnica deverão ser observadas as normas estabelecidas no **Apêndice 01 do Termo de Referência – Anexo I deste Edital**, onde se encontra descrita de forma detalhada todas as exigências para sua formulação.



- 8.2. Para a formalização da Proposta de Preços, as agências deverão apresentar seus preços sujeitos à valoração, seguindo o disposto no **Apêndice 03 do Termo de Referência – Anexo I deste Edital**.

9.0. DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES DE PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇOS E DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

9.1. Os documentos relativos à Proposta Técnica e à Proposta de Preços serão recebidos em data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital.

9.2. As propostas técnicas serão apresentadas em 03 (três) envelopes 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, e as propostas de preços em 01 (um) envelope, conforme disposto nos subitens a seguir:

9.2.1. **ENVELOPE Nº 01 – PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA)** – neste envelope deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada).

9.2.1.1. **Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada que estiver acondicionado no envelope padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Comissão de Contratação.**

9.2.1.2. O envelope nº 01 padronizado deverá ser retirado pela licitante até o primeiro dia útil anterior à data prevista para a sessão de recebimentos das Propostas Técnica e de Preços, no horário de 08:00h às 13:00h, na sala da Comissão de Contratação, situada na Av. Dr. Alcebíades, nº 276, Centro, Timbaúba/PE.

9.2.1.3. O envelope padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

9.2.1.4. Este envelope deverá estar sem fechamento e sem rubrica, não podendo conter nenhuma identificação externa ou interna em seu conteúdo, nem marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou ainda não poderá estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

9.2.2. **ENVELOPE Nº 02 – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA IDENTIFICADA)** – neste envelope deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária (via identificada).

9.2.2.1. Este envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:



ENVELOPE Nº 02

PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA IDENTIFICADA)

Razão Social e CNPJ da Licitante
CONCORRÊNCIA Nº 005/2025
Prefeitura Municipal de Timbaúba/PE

9.2.2.2. O envelope nº 02 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

9.2.2.3. O envelope nº 02 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada (envelope nº 01) e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do envelope nº 02.

9.2.3. **ENVELOPE Nº 03 – PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO** – neste envelope deverá estar acondicionada a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

9.2.3.1. Este envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE Nº 03

PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.

Razão Social e CNPJ da Licitante
CONCORRÊNCIA Nº 005/2025
Prefeitura Municipal de Timbaúba/PE

9.2.3.2. O envelope nº 03 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

9.2.3.3. O envelope nº 03 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada (envelope nº 01) e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do envelope nº 02.

9.2.4. **ENVELOPE Nº 04: PROPOSTA DE PREÇOS** – neste envelope deverá estar acondicionada a Proposta de Preços da licitante.



9.2.4.1. Este envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE Nº 04
PROPOSTA DE PREÇOS
Razão Social e CNPJ da Licitante
CONCORRÊNCIA Nº 005/2025
Prefeitura Municipal de Timbaúba/PE

9.2.4.2. O envelope nº 04 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

9.3. Os documentos de habilitação deverão ser apresentados em 01 (um) envelope e só serão entregues pela licitante que tiver sido classificada no julgamento final das propostas, devendo entregá-lo no dia, hora e local estipulados pela Comissão de Contratação.

9.3.1. **ENVELOPE Nº 05: DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO** – neste envelope deverá estar **acionada** a Documentação de Habilitação da licitante.

9.3.1.1. Este envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE Nº 05
DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO
Razão Social e CNPJ da Licitante
CONCORRÊNCIA Nº 005/2025
Prefeitura Municipal de Timbaúba/PE

9.3.1.2. O envelope nº 05 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

10.0. DA ABERTURA E DO PROCESSAMENTO DA LICITAÇÃO

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

10.2. **As sessões públicas serão gravadas em áudio e vídeo, nos termos da Lei nº 14.133/2021.**



10.3. Depois de ultrapassado o horário para recebimento dos envelopes, nenhum outro será recebido, tampouco serão permitidos quaisquer adendos relativos às propostas apresentadas, ressalvadas as respostas a eventuais diligências promovidas pela Administração Pública.

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

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

Primeira Sessão:

10.6. A Primeira Sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes;
- b) receber os envelopes nº 01, nº 02, nº 03 e nº 04;
- c) conferir se esses envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital.

10.7. O envelope nº 01, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Contratação se não:

- a) estiver identificado;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do envelope nº 02;
- c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do envelope nº 02.

10.8. Se ocorrer algumas das hipóteses supramencionadas, a Comissão de Contratação não receberá o envelope nº 01, o que também impedirá de receber os demais envelopes da mesma licitante.

10.9. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os envelopes nº 02 e nº 04, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação, e separá-los dos envelopes nº 01 e nº 03;
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos envelopes nº 01;
- c) abrir o envelope nº 03 e rubricar o seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os envelopes nº 01 e nº 03;
- e) informar que, através de publicação no Diário Oficial dos Municípios do Estado de Pernambuco - AMUPE, as licitantes serão convocadas para a



próxima sessão, quando haverá a divulgação do julgamento das Propostas Técnicas.

10.10. A Comissão de Contratação antes de retirar e rubricar o conteúdo do envelope nº 01, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

10.11. Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos envelopes nº 01 e 03, a Comissão de Contratação e/ou representantes das licitantes constatarem ocorrências que possibilitem, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

10.12. Finalizada a Primeira Sessão, a Comissão de Contratação encaminhará os ENVELOPES de nº 01, com as VIAS NÃO IDENTIFICADAS do Plano de Comunicação Publicitária à Subcomissão Técnica que efetuará os seguintes procedimentos:

10.12.1. Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital e Anexos;

10.12.2. Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica, à Comissão de Contratação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

10.13. Uma vez recebida a ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, a Comissão de Contratação encaminhará os ENVELOPES de nº 03, com a CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, O REPERTÓRIO E OS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO à Subcomissão Técnica, que efetuará os seguintes procedimentos:

10.13.1. Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

10.13.2. Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

10.14. As planilhas de pontuações previstas nos subitens 10.12.2 e 10.13.2 conterão, respectivamente, as **pontuações** de cada membro **para cada**



subquesto do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as **pontuações** de cada membro **para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação** de cada licitante.

10.15. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições deste Edital, ainda assim será atribuída pontuação aos seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do envelope nº 02 (VIA IDENTIFICADA do Plano de Comunicação Publicitária)

Segunda Sessão:

10.16. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes de nº 01 e nº 03), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, através de publicação no Diário Oficial dos Municípios do Estado de Pernambuco, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os ENVELOPES de nº 02;
- c) cotejar as vias não identificadas (envelope nº 01) com as vias identificadas (envelope nº 02) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;
- f) Executar o sorteio, quando for o caso;
- g) Se todos os representantes das proponentes estiverem presentes à sessão e de acordo com o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas, podem registrar em ata a renúncia de recurso, decaindo assim, o prazo recursal. Sendo assim, a Comissão de Contratação dará continuidade aos procedimentos de licitação, de acordo com o previsto nos subitens seguintes;
- h) Caso não estiverem presentes à sessão todos os representantes das proponentes ou não haja unanimidade de renúncia de recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão de Contratação informará que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado no Diário Oficial dos Municípios do Estado de Pernambuco, com a indicação dos proponentes desclassificados e dos classificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.



10.17. Além das demais atribuições previstas neste Edital e na legislação aplicável, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Contratação.

Terceira Sessão:

10.18. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua renúncia ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, através de publicação no Diário Oficial dos Municípios do Estado de Pernambuco, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os ENVELOPES de nº 04, com a Proposta de Preço, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes de nº 04;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital e anexos para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) tendo sido julgadas as Propostas de Preços, o Julgamento Final das Propostas será feito de acordo com Nota Final alcançada, sendo a classificação das propostas em ordem decrescente das referidas notas, conforme critério de julgamento estabelecido neste Edital e anexos: média ponderada entre as notas da Proposta Técnica e de Preço;
- f) no caso de empate, a Comissão de Contratação procederá ao sorteio, em sessão pública, nos termos do art. 60 da Lei nº 14.133/2021;
- g) se todos os representantes das proponentes estiverem presentes à sessão e de acordo com o resultado do julgamento das Propostas de Preços, podem registrar em ata a renúncia de recurso, decaindo assim, o prazo recursal. Sendo assim, a Comissão de Contratação dará continuidade aos procedimentos de licitação, de acordo com o previsto nos subitens seguintes;
- h) caso não estiverem presentes à sessão todos os representantes das proponentes ou não haja unanimidade de renúncia de recurso contra o resultado do julgamento das Propostas de Preços, a Comissão de Contratação informará que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas será publicado no Diário Oficial dos Municípios do Estado de Pernambuco, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

Quarta Sessão:

10.19. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua renúncia ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará



as licitantes, através de publicação no Diário Oficial dos Municípios do Estado de Pernambuco, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os ENVELOPES de nº 05 das licitantes classificadas, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes nº 05;
- e) informar o resultado de Habilitação e declarar as licitantes vencedoras;
- f) Se todos os representantes das licitantes estiverem presentes à sessão e de acordo com o RESULTADO FINAL, podem registrar em ata a renúncia de recurso, decaindo assim, o prazo recursal. Sendo assim, a Comissão de Contratação publicará no Diário Oficial dos Municípios do Estado de Pernambuco o resultado final da licitação com o nome da licitante vencedora;
- g) Caso não estiverem presentes à sessão todos os representantes das licitantes ou não haja unanimidade de renúncia de recurso contra o resultado de Habilitação, a Comissão de Contratação informará que o RESULTADO DE HABILITAÇÃO e RESULTADO FINAL serão publicados no Diário Oficial dos Municípios do Estado de Pernambuco, com a indicação dos proponentes HABILITADOS e INABILITADOS, abrindo-se prazo para interposição de recurso.
- h) Quando julgado(s) o(s) recurso(s) interposto(s), o resultado será publicado no Diário Oficial dos Municípios do Estado de Pernambuco e, caso tenha(m) sido julgado(s) PROCEDENTE(S), será publicado também o novo RESULTADO FINAL DA LICITAÇÃO com o nome da licitante vencedora.

10.20. Após exame das Propostas de Preços, de acordo com os critérios estabelecidos neste Edital e seus anexos, a classificação das Propostas será feita de acordo com a **média ponderada** das valorizações das Propostas Técnica e de Preço, **de acordo com os pesos preestabelecidos no Apêndice 05 do Termo de Referência - Anexo I deste Edital.**

10.21. Uma vez habilitada, a licitante com a proposta classificada no **primeiro lugar**, com a maior nota final, será considerada vencedora do certame.

10.22. A abertura dos envelopes de propostas e habilitação ocorrerá sempre em sessão pública, com a devida divulgação; porém o seu exame poderá ocorrer em sessão pública ou em sessão privativa da Comissão de Contratação.

10.23. Todas as propostas e documentos de habilitação serão rubricados pela Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes na sessão.



10.24. A Comissão de Contratação poderá marcar data de reunião especificamente para divulgação de resultados de julgamento de propostas e de habilitação, solicitando o comparecimento de todas as licitantes, a fim de agilizar o processo, com abreviação dos prazos de recursos.

11.0.DA ANÁLISE E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing e/ou que atuem em uma dessas áreas.

11.1.1. Um dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Timbaúba/PE.

11.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela Prefeitura Municipal de Timbaúba/PE.

11.2.1. A relação dos nomes referidos no subitem 11.2 deste Edital será publicada pela Comissão de Contratação no Diário Oficial dos Municípios do Estado de Pernambuco, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

11.2.2. O sorteio será processado pela Comissão de Contratação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura Municipal de Timbaúba/PE, nos termos dos subitens 11.1.1 e 11.2 deste Edital.

11.2.3. A relação prevista no subitem 11.2 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Prefeitura Municipal de Timbaúba/PE.

11.2.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 11.2, mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão.

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

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



11.2.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 11.2.

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

11.2.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 11.2.1 deste Edital e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

11.3. O Julgamento da Proposta Técnica deverá seguir as disposições constantes no Apêndice 02 do Termo de Referência – Anexo I deste Edital, para fins de atribuição da pontuação pela Subcomissão técnica, designada para esse fim.

12.0. DA ANÁLISE E JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1. A Comissão de Contratação examinará a conformidade de todas as propostas quanto ao disposto no Apêndice 3 do Termo de Referência, Anexo I deste Edital.

12.2. A Comissão de Contratação poderá solicitar parecer de técnicos pertencentes ao quadro de pessoal do Município de Timbaúba/PE ou de pessoas físicas ou jurídicas com a expertise necessária, contratados para este fim.

12.3. No caso de discrepância entre valores grafados em algarismos e por extenso, prevalecerá o valor por extenso.

12.4. No caso de erro de cálculo, o mesmo será retificado, devendo ser considerado, para efeito de julgamento, o valor com as retificações efetuadas.

12.5. Na análise da proposta, não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital.

12.6. Serão desclassificadas as propostas que:

- a) não obedeçam às especificações técnicas previstas neste Edital e seus anexos;
- b) contenham preços manifestamente inexequíveis ou não tenham sua exequibilidade demonstrada, quando exigido pela Administração;
- c) apresentem valores simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado;
- d) não apresentar os requisitos mínimos estabelecidos pelo Termo de Referência para o objeto.

12.7. Se houver indícios de inexequibilidade da proposta de preço, ou em caso da necessidade de esclarecimentos complementares, a Comissão de Contratação



deverá, por meio de diligência, conferir à licitante a oportunidade de demonstrar a exequibilidade da sua proposta.

- 12.8. Após análise e realização do procedimento necessário para conclusão do julgamento, a Comissão de Contratação aplicará as fórmulas previstas no **Apêndice 04 do Termo de Referência, Anexo I deste Edital** para estabelecimento das Notas das Propostas de Preços de cada licitante e respectivas Notas Finais, de acordo com a ponderação entre as Propostas Técnicas e Propostas de Preços, prevista no **Apêndice 05 do Termo de Referência, Anexo I deste Edital**, deliberando quanto à desclassificação daquelas propostas que não cumpriram as exigências deste Edital e Termo de Referência.
- 12.9. A classificação das propostas será feita em ordem decrescente considerando os valores das Notas Finais.

13.0. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação pela licitante classificada no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

13.2. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os documentos de habilitação na referida sessão será alijada do certame.

13.3. Para fins de habilitação a esta Concorrência, as licitantes deverão apresentar os seguintes documentos:

13.4. Documentação relativa à Habilitação Jurídica:

13.4.1. Registro Comercial, no caso de empresa individual;

13.4.2. Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social em vigor, juntamente com todas as eventuais alterações, ou se for o caso, **o Ato Constitutivo e/ou a alteração social consolidada** devidamente registrada, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

13.4.3. Inscrição do ato constitutivo no órgão competente, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício; e

13.4.4. Decreto de autorização, devidamente arquivado, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

13.5. Documentação relativa à Qualificação Técnica:



13.5.1. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características e prazos com o objeto desta licitação, mediante atestado(s) fornecido(s) por pessoas jurídicas de direito público ou privado, contendo no mínimo os seguintes dados:

- a) Nome, CNPJ, endereço completo com telefone da empresa emitente e assinatura do responsável;
- b) Objeto do Contrato (tipo de serviços e prazos contratuais);
- c) Afirmação de que a empresa prestou ou está prestando serviços corretamente, atendendo a todas as condições contratuais.

13.5.2. Cópia do certificado de qualificação técnica de funcionamento, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), de que trata § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232 de 29/04/2010.

13.6. Documentação relativa à Qualificação Econômico-Financeira:

13.6.1. Certidão Negativa de Falência, expedida pelo Distribuidor da sede do licitante ou de seu domicílio, dentro do prazo de validade previsto na própria certidão, ou na omissão desta, com antecedência máxima de 90 (noventa) dias contados da sua apresentação.

13.6.2. Certidão Negativa de Falência referente aos processos distribuídos pelo PJe (processos judiciais eletrônicos) da sede do licitante ou de seu domicílio.

13.6.2.1. As empresas sediadas no Estado de Pernambuco poderão retirar a respectiva certidão no link: (www.tjpe.jus.br/certidaopje), devendo ser emitidas as certidões de 1º e 2º grau para fins de licitação.

16.6.3. A certidão descrita no subitem 13.6.2. somente é exigível quando a Certidão Negativa de Falência do Estado da sede do licitante ou de seu domicílio contiver a ressalva expressa de que não abrange os processos judiciais eletrônicos.

16.6.4. As empresas sediadas em Pernambuco e constituídas após a implantação do Sistema Judwin (PJE), que ocorreu em 11 de maio de 2016, poderão apresentar apenas as certidões descritas no item 13.6.2.

16.6.5. Para os licitantes sediados em locais em que a verificação é centralizada, será aceita uma única certidão.

16.6.6. Em caso de Certidão Positiva de Falência com Efeito de Negativa, faz-se necessário que o documento mencione se o licitante já teve o plano de recuperação homologado em juízo e se está apto econômica e financeiramente a participar do procedimento licitatório.



16.6.7. Caberá ao licitante obter a Certidão Negativa de Falência de acordo com as disposições normativas do respectivo Estado da Federação da sede do licitante ou de seu domicílio.

16.6.8. Comprovação da boa situação financeira do licitante através do cumprimento dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente, resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, nos valores indicados:

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}} \text{ igual ou superior a } 1$$

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}} \text{ igual ou superior a } 1$$

$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}} \text{ igual ou superior a } 1$$

16.6.9. Para fins de comprovação de Patrimônio Líquido e dos índices contábeis, o licitante deverá apresentar Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis dos últimos 2 (dois) exercícios sociais, exigíveis e apresentados na forma da lei (incluindo o termo de abertura e termo de encerramento), salvo quando o licitante tiver sido constituída há menos de 02 (dois) anos, hipótese na qual tais documentos limitar-se-ão ao último exercício financeiro;

16.6.10. Caso o licitante não possua índice maior ou igual a 1 em qualquer um dos coeficientes citados no subitem 16.6.8, deverá comprovar patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor máximo admitido para a contratação;

16.6.11. Os balanços e demonstrações devem conter os registros ou autenticação no órgão competente e estar devidamente assinados pelo administrador da empresa e pelo profissional habilitado junto ao Conselho Regional de Contabilidade – CRC.

16.6.12. 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, conforme art. 65, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021.

16.6.13. Caso o exercício financeiro anterior ao da licitação esteja encerrado há mais de 3 (três) meses da data da sessão pública de abertura deste certame, o Balanço Patrimonial poderá ser atualizado pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).



13.7. Documentação relativa à Regularidade Fiscal e Trabalhista:

13.7.1. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;

13.7.2. 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 02/10/2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional;

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

13.7.4. 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 VIIA da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943.

13.7.5. Prova de regularidade para com as Fazendas Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante.

13.7.6. A microempresa ou empresa de pequeno porte deverá apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição, sob pena de inabilitação.

13.8. Declarações:

13.8.1. Declaração de Cumprimento das condições de habilitação, podendo ser adotado o modelo constante neste edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

Obs.: Caso haja alguma restrição na regularidade fiscal e trabalhista, tal ressalva deve constar na referida declaração.

13.8.2. Declaração de Idoneidade, podendo ser adotado o modelo constante neste edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

13.8.3. Declaração de Inexistência de Fatos Impeditivos, podendo ser adotado o modelo constante neste edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

13.8.4. Declaração de que não utiliza, direta ou indiretamente, mão de obra de menores conforme as disposições contidas no art. 7º, XXXIII da Constituição Federal de 1988, podendo ser adotado o modelo constante neste edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.



13.8.5. Declaração de Opção para Microempresa e Empresa de Pequeno Porte de que atende aos limites de compromissos contratuais fixados no art. 4º, §§ 2º e 3º da Lei 14.133/2021, estando apto a usufruir o tratamento favorecido estabelecido na Lei Complementar nº 123, de 2006, podendo ser adotado o modelo constante neste edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

13.8.6. Declaração de Responsabilidade, podendo ser adotado o modelo constante neste edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

13.8.7. Declaração de Inexistência de Relação Familiar ou Parentesco com Servidores da Administração Municipal, podendo ser adotado o modelo constante neste edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

13.8.8. Declaração de cumprimento das exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas, podendo ser adotado o modelo constante neste edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

13.8.9. Declaração de que não possui, em sua cadeia produtiva, empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal, bem como no art. 14, inciso VI, da Lei nº 14.133/2021, podendo ser adotado o modelo constante neste edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

13.8.10. Declaração de que tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação, podendo ser adotado o modelo constante neste edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

13.9. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contado da data da respectiva emissão, a certidão/documento que não apresentar prazo de validade, exceto se houver previsão de prazo diverso estabelecido em Lei ou por dispositivo do órgão emissor do documento, devendo a licitante apresentar juntamente com a certidão/documento cópia da referida legislação ou dispositivo.

13.10. Os documentos exigidos nos subitens 13.4 a 13.8 deste Edital deverão ser apresentados datilografados ou impressos por qualquer processo eletromecânico, eletrônico ou manuscrito (quando fornecido nesta forma), perfeitamente legíveis, sem conter borrões, rasuras ou emendas, devidamente datados e assinados quando necessário.



13.11. Não será concedida habilitação à licitante que deixar de apresentar quaisquer dos documentos exigidos para a habilitação ou apresentá-los em desacordo com as exigências deste Edital.

13.12. A documentação para habilitação (item 13.0 deste Edital) deverá ser apresentada preferencialmente autuada, numerada e na ordem indicada por este Edital.

13.13. Os documentos de habilitação poderão ser apresentados em uma única via.

13.14. Os documentos exigidos para habilitação, salvo aqueles emitidos pela própria licitante, deverão ser apresentados em original ou por qualquer processo de cópia, reservado à Comissão de Contratação o direito de exigir a apresentação dos originais para fins de confirmação de autenticidade, a seu critério.

13.14.1. Em se tratando de documentos obtidos pela licitante via internet, os mesmos poderão ser apresentados em cópias, considerando que suas autenticidades ficarão condicionadas à verificação (consulta pela Comissão de Contratação junto à internet).

13.15. Será inabilitada a licitante que apresentar declaração ou documentação falsa, que deixar de apresentar quaisquer documentos exigidos ou apresentá-los em desacordo com as exigências deste Edital.

13.16. Verificado o atendimento das exigências de habilitação fixadas neste Edital, a licitante será declarada vencedora em sessão pública ou mediante publicação na imprensa oficial.

13.17. Na hipótese de a licitante não atender às exigências de habilitação, a Comissão de Contratação realizará convocação do próximo colocado para apresentação dos documentos de habilitação nas mesmas condições até a apuração de uma licitante que atenda às condições de habilitação exigida neste Edital.

14.0. DO SANEAMENTO DA PROPOSTA E DA HABILITAÇÃO

14.1. Durante as fases de julgamento e de habilitação, a Agente de Contratação, mediante decisão fundamentada, poderá realizar diligências para sanear erros ou falhas que não alterem a substância das propostas e a validade jurídica dos documentos de habilitação, devendo registrá-las em ata acessível aos licitantes.

14.1.1. Admite-se a juntada de documentos que apenas venham a atestar condição preexistente à abertura da sessão pública do certame, podendo ser anexado documento ausente apto a comprovar que a exigência já era atendida pelo licitante quando da apresentação de sua proposta, porém, que não tenha sido apresentado junto com os demais documentos de habilitação e/ou da proposta por equívoco ou falha (Acórdão 1211/2021 – Tribunal de Contas da União).



- 14.2. Fica vedada a substituição ou a apresentação de novos documentos, salvo em sede de diligência, para:
- 14.2.1. Complementação de informações ou esclarecimentos adicionais acerca dos documentos já apresentados pelos licitantes;
 - 14.2.2. Atualização de documentos cuja validade tenha expirado;
 - 14.2.3. Comprovação de situação fática preexistente à época da abertura do certame.
- 14.3. Para os fins do disposto no subitem 14.2.3 é lícita a juntada de certidão ou atestado ou qualquer outro documento ou informação exigida não anexados à documentação originalmente apresentada, desde que se refiram inequivocamente a condição adquirida pelo licitante antes da abertura do certame.
- 14.4. Na falta de documentos de habilitação que consistam em mera declaração do licitante sobre fato preexistente ou em simples compromisso por ela firmado, poderá ser concedido prazo para saneamento da falha.
- 14.5. A realização de diligências não confere ao licitante novo prazo ou oportunidade de obter condição ou requisito que antes não detinha, nem autoriza a Agente de Contratação a fazer exigências novas não previstas no edital.
- 14.6. Na hipótese de necessidade de envio de documentos complementares à proposta e à habilitação, os documentos deverão ser apresentados na sala do Setor de Licitação ou através do e-mail indicado no Preâmbulo deste Edital, no prazo de 01(um) dia útil, se outro prazo não for fixado pela Agente de Contratação, observado em todos os casos os princípios da celeridade processual e o interesse público.

15.0. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

15.1. Dos atos praticados pela Comissão de Contratação cabe recurso administrativo, no prazo de 03 (três) dias úteis, de acordo com o estabelecido no art. 165, da Lei nº 14.133/2021 e suas alterações.

15.1.1. O recurso administrativo deverá ser enviado para o e-mail indicado no preâmbulo deste Edital: licitacaotimbauba@gmail.com ou cpl@timbauba.pe.gov.br, até o final do último dia do prazo.

15.1.2. A ausência de interposição de recurso administrativo, no prazo indicado no subitem 14.1, importará preclusão do direito de recurso.

15.2. Interposto o recurso, tal ato será comunicado as demais licitantes, mediante publicação na imprensa oficial e sítio eletrônico informado no preâmbulo deste Edital, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 03 (três) dias úteis, contados a partir da referida notificação.



15.2.1. As contrarrazões deverão ser enviadas para o e-mail indicado no preâmbulo deste Edital: licitacaotimbauba@gmail.com ou cpl@timbauba.pe.gov.br, até o final do último dia do prazo.

15.3. O recurso terá efeito suspensivo até a decisão final da autoridade competente e o seu acolhimento importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

15.4. As razões do recurso serão dirigidas à Comissão de Contratação, que, no prazo de 03 (três) dias úteis, poderá reconsiderar sua decisão ou, nesse mesmo prazo, encaminhar o recurso à autoridade superior, devidamente motivado, para decisão final no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis.

15.5. A decisão dos recursos será divulgada na imprensa oficial e sítio eletrônico informado no preâmbulo deste edital.

15.6. Não serão conhecidos recursos apresentados em desacordo com as regras estabelecidas neste item ou fora do prazo ou, ainda, subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pelo proponente.

16.0. DA HOMOLOGAÇÃO

16.1. Encerradas as fases de julgamento e habilitação, e exauridos os recursos administrativos, o processo licitatório será encaminhado à autoridade superior, que poderá:

- 16.1.1. Determinar o retorno dos autos para saneamento de irregularidades;
- 16.1.2. Revogar a licitação por motivo de conveniência e oportunidade;
- 16.1.3. Proceder à anulação da licitação, de ofício ou mediante provocação de terceiros, sempre que presente ilegalidade insanável;
- 16.1.4. Adjudicar o objeto e homologar a licitação.

17.0. DO CONTRATO

17.1. Após a homologação pela autoridade superior, a licitante vencedora será convocada para, dentro do prazo de 05 (cinco) dias consecutivos da data de recebimento da notificação, e nas condições estabelecidas neste Edital e seus anexos, assinar o respectivo Contrato, podendo o mesmo sofrer alterações nos termos definidos pela Lei nº 14.133/2021:

17.2. O prazo de convocação poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, mediante solicitação da parte durante seu transcurso, devidamente justificada, e desde que o motivo apresentado seja aceito pela Administração;



- 17.3. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o Contrato no prazo estabelecido pela Administração caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades legalmente estabelecidas:
- 17.3.1.1. A regra do subitem anterior não se aplicará as licitantes remanescentes convocadas na forma estabelecida neste dispositivo.
- 17.4. Decorrido o prazo de validade da proposta indicado neste Edital sem convocação para a contratação, ficarão as licitantes liberadas dos compromissos assumidos.
- 17.5. Na hipótese de o vencedor da licitação não assinar o Contrato no prazo e nas condições estabelecidas, outra licitante poderá ser convocada, respeitada a ordem de classificação, para celebrar a contratação, ou instrumento hábil, nas condições propostas pela licitante vencedora, sem prejuízo da aplicação das sanções previstas na Lei nº 14.133/2021, e em outras legislações aplicáveis.
- 17.6. Na assinatura do Contrato será exigida a comprovação de todas as condições de habilitação consignadas neste Edital, que deverão ser mantidas pelo Contratado durante a vigência do referido Contrato.
- 17.7. Por ocasião da convocação para assinatura do Contrato, o Contratante deverá consultar a regularidade da adjudicatária no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep) e verificar a validade dos documentos de habitação fiscal, social e trabalhista apresentados na licitação, por meio de consulta aos sítios eletrônicos oficiais, certificando nos autos a regularidade e anexando os documentos obtidos.
- 17.8. Se não for possível atualizá-los por meio eletrônico, a adjudicatária será notificada para, no prazo de 02 (dois) dias úteis, comprovar a sua situação de regularidade de que trata o subitem 16.7, mediante a apresentação das respectivas certidões vigentes, sob pena de decair do direito à contratação.
- 17.9. O Contrato que eventualmente venha a ser assinado pela licitante vencedora, poderá ser alterado com a devida justificativa, unilateralmente pelo Contratante ou por acordo entre as partes, nos casos e condições previstas nos artigos 124 a 136 e sua extinção, formalmente motivada nos autos do processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa, ocorrerá nas hipóteses e disposições dos artigos 137 a 139, todos da Lei nº 14.133/2021.
- 17.10. Nas alterações unilaterais a que se refere o inciso I, do caput do art. 124, da Lei nº 14.133/2021, o Contratado será obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem nos serviços, de até o respectivo limite fixado no art. 125, do mesmo diploma legal, do valor inicial atualizado do Contrato. Nenhum acréscimo ou supressão poderá exceder o limite estabelecido, salvo as supressões resultantes de acordo celebrado entre os contratantes.



18.0. DA GARANTIA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

- 18.1. A Contratada prestará garantia de execução contratual, no percentual de 5% (cinco por cento) do valor total do Contrato, nos termos dos artigos 96 a 98 da Lei nº 14.133/2021.
- 18.2. A licitante vencedora deverá apresentar, na data de assinatura do Contrato, Garantia Contratual, através de caução em dinheiro, ou Títulos da Dívida Pública, ou Seguro Garantia, ou Fiança Bancária, ou Título de Capitalização, estipulada em 5% (cinco por cento) do valor total do Contrato.
- 18.3. Os Títulos da Dívida Pública devem ser emitidos em forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda, (conforme art. 96 da Lei nº 14.133/2021).
- 18.4. Optando pela modalidade “caução em dinheiro,” esta deverá ser prestada, através de depósito bancário em conta a ser fornecida pela Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano, em momento oportuno.
- 18.5. Optando por fiança bancária ou seguro garantia, o beneficiário será Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano.
- 18.6. Se o proponente vencedor optar pelo Seguro Garantia ou Fiança Bancária deverá apresentar ao Setor Financeiro da Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano, os respectivos termos para aprovação prévia, ressaltando que não serão aceitas quaisquer cláusulas restritivas ou que dificultem ou imponham condições a obtenção pelo Contratante da garantia em caso de inadimplência.
- 18.7. Nas modalidades “fiança bancária ou seguro garantia”, somente serão aceitas aquelas que tenham em anexo a comprovação dos poderes das pessoas físicas signatárias dos documentos.
- 18.8. Cumprindo fielmente o Contrato, a garantia prestada será restituída à Contratada, descontados eventuais débitos que esta vier a ter com o Contratante.

19.0. RECEBIMENTO DO OBJETO

- 19.1. Executada a presente contratação e observadas as condições de adimplemento das obrigações pactuadas, os procedimentos e condições para receber o seu objeto pelo Contratante obedecerão, conforme o caso, às disposições do art. 140, da Lei nº 14.133/2021.



- 19.2. Por se tratar de serviço, a assinatura do termo detalhado de recebimento provisório, se dará pelas partes, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico, até 15 (quinze) dias da comunicação escrita do Contratado. No caso do termo detalhado de recebimento definitivo, será emitido e assinado pelas partes, apenas após o decurso do prazo de observação ou vistoria, que comprove o atendimento das exigências contratuais, não podendo esse prazo ser superior a 90 (noventa) dias, salvo em casos excepcionais, devidamente justificados.
- 19.3. Serão designados pela Secretária de Planejamento e Desenvolvimento Urbano representantes com atribuições de Gestor e Fiscal do respectivo Contrato, nos termos da norma vigente, especialmente para acompanhar e fiscalizar a sua execução, respectivamente, permitida a contratação de terceiros para assistência e subsídio de informações pertinentes a essas atribuições.

20.0. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

- 20.1. As disposições relativas aos critérios de medição e pagamento estão previstas no Termo de Referência, Anexo I deste Edital.

21.0. DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

- 21.1. As disposições relativas à gestão e fiscalização do Contrato estão previstas no Termo de Referência, Anexo I deste Edital.

22.0. PENALIDADES

- 22.1. A licitante ou a Contratada será responsabilizado administrativamente, facultada a defesa no prazo legal do interessado, pelas infrações previstas no art. 155, da Lei nº 14.133/2021 e serão aplicadas, na forma, condições, regras, prazos e procedimentos definidos nos artigos 156 a 163, do mesmo diploma legal, as seguintes sanções:
- a) advertência aplicada exclusivamente pela infração administrativa de dar causa à inexecução parcial do Contrato, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave;
 - b) multa de mora de 0,5% (zero vírgula cinco por cento) aplicada sobre o valor do Contrato, por dia de atraso injustificado na execução do objeto da contratação;
 - c) multa de 10% (dez por cento) sobre o valor do Contrato por qualquer das infrações administrativas previstas no referido art. 155;
 - d) impedimento de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo que tiver aplicado a sanção, pelo prazo de dois anos, aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos incisos II, III, IV, V, VI e VII do caput do referido art. 155, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave;
 - e) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo



prazo de cinco anos, aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos incisos VIII, IX, X, XI e XII do caput do referido art. 155, bem como pelas infrações administrativas previstas nos incisos II, III, IV, V, VI e VII do caput do mesmo artigo que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção referida no § 4º do referido art. 156;

f) aplicação cumulada de outras sanções previstas na Lei nº 14.133/2021.

- 22.2. Se o valor da multa ou indenização devida não for recolhido no prazo de 15 (quinze) dias após a comunicação ao Contratado, será automaticamente descontado da primeira parcela do pagamento a que o Contratado vier a fazer jus, acrescido de juros moratórios de 1% (um por cento) ao mês, ou, quando for o caso, cobrado judicialmente.

23.0. DAS OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD

- 23.1. As partes contratantes deverão cumprir a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, que é a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais LGPD, quanto a todos os dados pessoais a que tenham acesso em razão deste certame ou do termo de ajuste que eventualmente venha a ser firmado, a partir da apresentação da proposta no procedimento de contratação, independentemente de declaração ou de aceitação expressa.
- 23.2. 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 Lei nº 13.709/2018.
- 23.3. É vedado o compartilhamento com terceiros de qualquer dado obtido, fora das hipóteses permitidas em Lei.
- 23.4. Outras obrigações estabelecidas e relacionadas na Minuta do Contrato – Anexo III.

24.0. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

- 24.1. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local anteriormente estabelecidos, desde que não haja comunicação em contrário pela Comissão de Contratação.
- 24.2. Todas as referências de tempo no Edital, nos seus anexos, no aviso e durante a sessão pública observarão o horário de Brasília – DF.
- 24.3. A homologação do resultado desta licitação não implicará direito à contratação.



- 24.4. A presente licitação poderá ser revogada, por motivo de conveniência e oportunidade, em decorrência de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, ou será anulada, por ilegalidade insanável, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante ato escrito e devidamente fundamentado, nos termos do art. 71 da Lei nº 14.133/2021.
- 24.5. Constatado vício insanável na licitação, a decisão sobre a suspensão da execução ou sobre a declaração de nulidade do Contrato somente será adotada na hipótese em que se revelar medida de interesse público, nos termos do art. 147 da Lei nº 14.133/2021.
- 24.6. As licitantes não terão direito à indenização em decorrência da revogação, cabendo, em caso de anulação, o dever de indenizar o contratado pelo que houver executado até a data em que for declarada ou tornada eficaz, bem como por outros prejuízos regularmente comprovados, desde que não lhe seja imputável.
- 24.7. A participação das licitantes nesta licitação implica a aceitação de todos os termos deste Edital.
- 24.8. As normas disciplinadoras da licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse da Prefeitura Municipal de Timbaúba, o princípio da isonomia, a finalidade e a segurança da contratação.
- 24.9. As licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.
- 24.10. Para todos os efeitos, na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Prefeitura Municipal de Timbaúba/PE.
- 24.11. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento da licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.
- 24.12. Em caso de divergência entre disposições do Edital e de seus anexos ou demais peças que compõem o processo, prevalecerá as do Edital.
- 24.13. Para dirimir eventuais controvérsias decorrentes deste certame, excluindo qualquer outro, o foro competente é o de Timbaúba, Estado de Pernambuco.
- 24.14. O Edital e seus anexos também estão disponibilizados na íntegra no endereço eletrônico: licitacaotimbauba@gmail.com ou cpl@timbauba.pe.gov.br; no Portal Nacional de Contratações Públicas PNCP; e poderão ser lidos, e



quando for o caso obtidos, mediante processo regular e observados os procedimentos definidos pela Prefeitura Municipal de Timbaúba, no seguinte endereço: Av. Dr. Alcebíades, nº 276, Centro, Timbaúba/PE, nos horários normais de expediente: das 08:00 às 13:00h; mesmo endereço e horário nos quais os autos do processo administrativo permanecerão com vista franqueada aos interessados.

Timbaúba, 08 de agosto de 2025.

Júlia Patrícia de Andrade Melo
Responsável pela elaboração de Edital

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO

Marina de Fátima Lira Silva
Agente de Contratação/Presidente

Tereza de Andrade Barros
Membro/Apoio

Angélica Cristina Queiroz da Silva
Membro/Apoio



ANEXO I
TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO:

01.01 - Constitui objeto deste Termo de Referência a contratação de 01 (uma) agência de publicidade para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, à conceituação, à concepção, à criação, à execução interna, à intermediação e à supervisão da execução externa e à distribuição de publicidade na divulgação das ações do Contratante, bem como orientação social, educativa e informativa aos munícipes de Timbaúba.

01.02 – Também integram o objeto deste Termo de Referência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

01.03 – A contratação dos serviços elencados acima tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir idéias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

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

01.05 - As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade específica de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Timbaúba, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.



01.06 - Os serviços previstos neste Termo de Referência não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

01.08 - Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse da Prefeitura Municipal de Timbaúba.

01.09 - Para a prestação dos serviços objeto da presente licitação, será contratada 01 (uma) agência de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

01.10 - A agência atuará por ordem e conta da Prefeitura Municipal de Timbaúba, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares descritas acima, e de veículos e demais meios de divulgação para a compra de tempo e/ou espaços publicitários.

01.11 - A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços objeto da licitação.

2. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO:

02.01 - A contratação de serviços publicitários prestador por intermédio de agências de propaganda está fundamentada no Estudo Técnico Preliminar constante dos autos do processo administrativo, o qual oportunamente transcrevemos abaixo:

02.01.01 - A Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano possui como atividade precípua o estabelecimento de comunicação entre a Prefeitura Municipal de Timbaúba e os munícipes, tendo como principal missão levar informação ao cidadão, de forma completa, transparente e democrática, colaborando para construir um governo participativo e solidário.

02.01.02 - Podemos registrar como principais objetivos desta Secretaria:

- Definir e implantar a política municipal de comunicação social;
- Promover e divulgar as realizações governamentais;
- Promover o relacionamento entre os órgãos do Governo Municipal e a imprensa;



- Implantar programas informativos, além de coordenar, supervisionar e controlar a publicidade institucional dos órgãos e das entidades da administração municipal direta, indireta e fundacional;
- Cuidar da publicidade dos atos oficiais.

02.01.03 - Nesse sentido temos como atribuições da referida Secretaria:

- Coordenar a divulgação e promoção de eventos, ações e projetos realizados pela Prefeitura Municipal de Timbaúba;
- Articular-se com todas as secretarias e órgãos municipais, captando informações de interesse da população e divulgando-as;
- Realizar eventos que visem à melhoria da comunicação entre comunidades administradores;
- Organizar meios rápidos e práticos de acesso e controle da informação;
- Manter um Portal de Informações atualizado e que corresponda aos interesses do município.

02.01.04 - Assim, temos que é de suma importância a realização de ações e campanhas de utilidade pública, que são extremamente necessárias, no sentido de facilitar o acesso dos cidadãos aos serviços e programas desempenhados pelo Poder Público Municipal.

02.01.05 - Porém, para que consigamos realizar as ações publicitárias se faz necessário a realização de processo licitatório objetivando à contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade e propaganda, conforme disposto na Lei nº 12.232/2010.

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

03.01 - Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto de um contrato de serviços de publicidade envolve:

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

03.02 - O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os



meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

03.03 - De acordo com o §2º do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

03.04 - Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, acima descrito, o art. 3º da mesma lei torna passível de execução apenas àquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

03.05 - Com relação ao modelo de contratação a ser escolhido, entende-se que o melhor a ser adotado é o modelo de contratação de empresa especializada, através do processo licitatório do tipo “técnica e preço”.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO:

4.1. DA IDENTIFICAÇÃO DO OBJETO

As ações e responsabilidades de comunicação social no âmbito na Prefeitura Municipal de Timbaúba são exercidas pela Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano, a quem compete, dentre outras, propor, coordenar, administrar e executar as atividades de publicidade e propaganda da gestão municipal.

Para cumprir com seus objetivos, esta Secretaria visa contar com o apoio técnico de agência de propaganda, contratada por meio de processo licitatório, para prestação de serviços de publicidade. Os serviços são conceituados, nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, como:

“Art. 2º. Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da



execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.” (grifo nosso)

Já o §1º do art. 2º da referida Lei dispõe que:

“§ 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.”

Vale destacar que os serviços aderentes às novas tecnologias somente poderão ser executados como formas inovadoras quando estiverem diretamente relacionados às ações de publicidade desenvolvidas no âmbito da contratação e que eles não estão restritos aos veículos de comunicação e divulgação do meio internet, tendo em vista que as inovações e os formatos não tradicionais que visam potencializar os efeitos das mensagens podem ser concebidos tanto pelas plataformas on-line (redes sociais, mecanismos de busca na internet, etc.), como pelas plataformas off-line (revistas, jornais, etc.).

Ressalte-se que a natureza da mensagem em uma campanha de publicidade possui o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e /ou coletivos, com o intuito é o de promover a difusão de ideias ou informar o público em geral. Na verdade, a publicidade de utilidade pública possui a característica de informar o público-alvo específico, que pode ser diretamente atingido ou afetado por uma determinada política pública.

Assim, todos esses desafios justificam a contratação de serviço especializado de publicidade de utilidade pública, a fim de que a gestão municipal possa realizar a divulgação de ações, programas e mensagens essenciais para a população.

4.2. DA AGÊNCIA A SER CONTRATADA



A contratação dos serviços tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral. Os serviços a serem contratados serão realizados e executados sempre sob a supervisão, coordenação e orientação da Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano.

Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, cuja atividade seja disciplinada pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010. A agência atuará por ordem e conta da Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços previstos no Contrato.

Somente poderá participar da Concorrência a agência de propaganda que atender a todas as condições do Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

Não poderá participar da Concorrência a agência de propaganda que:

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Município de Timbaúba;
- b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
- d) estrangeira que não funcione no País;
- e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano;
- f) que estejam reunidas em consórcio;
- g) que atuem sem fins lucrativos.

Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 – do Plenário, do Tribunal de Contas da União – TCU.

Nenhuma licitante poderá participar da Concorrência com mais de uma Proposta. A participação na Concorrência implica, tacitamente, para a licitante:

- a) a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação as informações necessárias ao cumprimento da concorrência;



- b) a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes do Edital;
- c) e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

A licitante deverá assumir todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços, e dos Documentos de Habilitação exigidos na Concorrência, não sendo a Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

4.3. DO REGIME DE EXECUÇÃO DO CONTRATO

Os serviços objeto da contratação serão executados e entregues, mediante demanda, na forma de execução indireta, sob empreitada por preço unitário, e estará condicionada à existência de disponibilidade orçamentária, respeitado o exercício financeiro, cujo valor não excederá os créditos orçamentários ou adicionais consignados na Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano.

4.4. DA EXECUÇÃO CONTRATUAL

A forma da execução contratual deverá seguir o disposto no modelo de contrato disponibilizado junto ao Edital da licitação.

4.5. DO REAJUSTE

O referido contrato não deverá contemplar a cláusula de reajuste, pois o contrato não é atrelado a preços unitários e específicos.

O doutrinador Marçal Justen Filho¹ ensina que:

"Os custos das campanhas publicitárias não são absorvidos de modo necessário e integral pela agência de publicidade. A Agência pode ser remunerada por serviços prestados diretamente. Mas uma parcela significativa dos serviços de publicidade é executada por terceiros, em relação aos quais a agência atua como intermediário. A disciplina da remuneração da agência de publicidade apresenta grande peculiaridade, não sendo assemelhada a qualquer outra espécie de contratação praticada pela Administração Pública."

E continua informando que:

¹ "Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração - Lei nº 12.232/2010", Ed. Fórum, pág.362.



"A influência das práticas adotadas no setor privado relativamente à remuneração da agência reflete-se no âmbito do contrato administrativo. As soluções adotadas são variáveis, mas escapam ao padrão usual da contratação administrativa. Tal como será examinado adiante, admite-se a remuneração por custos internos e de criação, honorários percentuais por serviços de terceiros e o chamado "desconto padrão". Essa última figura é bastante peculiar."

Partindo desses conceitos e definições, é impossível haver cláusula de reajuste, pois não haveria solução que abarcasse uniformemente cada tipo de pagamento possível na contratação.

Além disso, por existir atrelamento a formas de pagamento diversas, torna-se mais fácil seguir o reajuste de mercado, determinados pelos fornecedores, como é o caso percentual de pagamento da tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Pernambuco, na qual o reajuste seguirá a tabela do SINAPRO/PE vigente a cada ano.

4.6. DA MODALIDADE E DO TIPO DE LICITAÇÃO

Conforme disciplinado na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, os serviços de publicidade serão licitados de acordo com as modalidades definidas no art. 22 da Lei nº 8.666/1993, adotando-se como obrigatórios os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

Contudo, considerando que a Lei nº 8.666/1993 foi revogada e que encontra-se em vigor a Lei nº 14.133/2021, temos que:

"Art. 33. O julgamento das propostas será realizado de acordo com os seguintes critérios:

I - menor preço;

II - maior desconto;

III - melhor técnica ou conteúdo artístico;

IV - técnica e preço;

V - maior lance, no caso de leilão;

VI - maior retorno econômico.

(...)

Art. 35. O julgamento por melhor técnica ou conteúdo artístico considerará exclusivamente as propostas técnicas ou artísticas apresentadas pelos licitantes, e o edital deverá definir o prêmio ou a remuneração que será atribuída aos vencedores.

Parágrafo único. O critério de julgamento de que trata o **caput** deste artigo poderá ser utilizado para a contratação de projetos e trabalhos de natureza técnica, científica ou artística.



Art. 36. O julgamento por técnica e preço considerará a maior pontuação obtida a partir da ponderação, segundo fatores objetivos previstos no edital, das notas atribuídas aos aspectos de técnica e de preço da proposta.

§ 1º O critério de julgamento de que trata o **caput** deste artigo será escolhido quando estudo técnico preliminar demonstrar que a avaliação e a ponderação da qualidade técnica das propostas que superarem os requisitos mínimos estabelecidos no edital forem relevantes aos fins pretendidos pela Administração nas licitações para contratação de:

I - serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, caso em que o critério de julgamento de técnica e preço deverá ser preferencialmente empregado;

II - serviços majoritariamente dependentes de tecnologia sofisticada e de domínio restrito, conforme atestado por autoridades técnicas de reconhecida qualificação;

III - bens e serviços especiais de tecnologia da informação e de comunicação;

IV - obras e serviços especiais de engenharia;

V - objetos que admitam soluções específicas e alternativas e variações de execução, com repercussões significativas e concretamente mensuráveis sobre sua qualidade, produtividade, rendimento e durabilidade, quando essas soluções e variações puderem ser adotadas à livre escolha dos licitantes, conforme critérios objetivamente definidos no edital de licitação.

§ 2º No julgamento por técnica e preço, deverão ser avaliadas e ponderadas as propostas técnicas e, em seguida, as propostas de preço apresentadas pelos licitantes, na proporção máxima de 70% (setenta por cento) de valoração para a proposta técnica.

§ 3º O desempenho pretérito na execução de contratos com a Administração Pública deverá ser considerado na pontuação técnica, observado o disposto nos §§ 3º e 4º do art. 88 desta Lei e em regulamento.

Art. 37. O julgamento por melhor técnica ou por técnica e preço deverá ser realizado por:

I - verificação da capacitação e da experiência do licitante, comprovadas por meio da apresentação de atestados de obras, produtos ou serviços previamente realizados;

II - atribuição de notas a quesitos de natureza qualitativa por banca designada para esse fim, de acordo com orientações e limites definidos em edital, considerados a demonstração de conhecimento do objeto, a metodologia e o programa de trabalho, a qualificação das equipes técnicas e a relação dos produtos que serão entregues;

III - atribuição de notas por desempenho do licitante em contratações anteriores aferida nos documentos comprobatórios de



que trata o § 3º do art. 88 desta Lei e em registro cadastral unificado disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP).

§ 1º A banca referida no inciso II do **caput** deste artigo terá no mínimo 3 (três) membros e poderá ser composta de:

I - servidores efetivos ou empregados públicos pertencentes aos quadros permanentes da Administração Pública;

II - profissionais contratados por conhecimento técnico, experiência ou renome na avaliação dos quesitos especificados em edital, desde que seus trabalhos sejam supervisionados por profissionais designados conforme o disposto no art. 7º desta Lei.

§ 2º Ressalvados os casos de inexigibilidade de licitação, na licitação para contratação dos serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual previstos nas alíneas “a”, “d” e “h” do inciso XVIII do **caput** do art. 6º desta Lei cujo valor estimado da contratação seja superior a R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), o julgamento será por:

I - melhor técnica; ou

II - técnica e preço, na proporção de 70% (setenta por cento) de valoração da proposta técnica.”

Art. 38. No julgamento por melhor técnica ou por técnica e preço, a obtenção de pontuação devido à capacitação técnico-profissional exigirá que a execução do respectivo contrato tenha participação direta e pessoal do profissional correspondente.” (grifamos).

Nesse sentido, existe a necessidade de compreender bem a diferença entre os tipos de licitação melhor técnica e técnica e preço, onde verifica-se que a diferença básica entre esses tipos concentra-se na fase da negociação de preços.

Apesar de ambos buscarem o menor preço, no tipo melhor técnica, após a classificação das empresas pela técnica apresentada no certame, a Comissão de Contratação convoca as empresas para que digam se aceitam exercer o menor preço ofertado no processo pelas empresas classificadas. Já no tipo técnica e preço é feita uma ponderação entre a nota e o preço apresentado pelas empresas (na proporção 70% nota e 30% preço, por exemplo, a depender da justificativa do órgão).

Primando pela economicidade e vantajosidade para a Prefeitura Municipal de Timbaúba, essa equipe de planejamento entende que o tipo “técnica e preço” é o que melhor atende as necessidades administrativas, haja vista que além de primar por uma qualidade técnica entre as licitantes concorrentes, também é considerando no julgamento a questão do preço, que é um fator importante de avaliação.

Dessa forma, a presente contratação apresenta enquadramento com os critérios estabelecidos nos arts. 33 e 36 da Lei nº 14.133/2021 com a adoção da “técnica e preço”, na medida em que está vinculada a uma atuação publicitária abrangente, dados os públicos-alvo das ações a serem desenvolvidas, as praças



a serem atingidas e os diversos meios de comunicação a serem utilizados. Sendo assim, a qualificação técnica é requisito essencial na identificação da proposta mais vantajosa para a administração.

4.7. DO BRIEFING

A Instrução Normativa nº 01/2023, da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República - Secom/PR, prevê em seu art. 26, que:

“Art. 26. Os licitantes apresentarão sua proposta técnica com base nos desafios e objetivos de comunicação estabelecidos pelo órgão ou entidade no Briefing e considerarão, exceto no caso dos serviços de publicidade, os itens constantes do catálogo de produtos e serviços previstos no projeto básico.” (grifos nossos)

Sobre o tema, Marçal Justen Filho² preconiza que:

“A ausência de previsão na Lei nº 12.232 sobre a elaboração de projeto básico e de orçamento detalhado não é casual. Tal como exposto, as peculiaridades do contrato de serviços de publicidade impedem a predeterminação precisa e exata das atividades e despesas a serem realizadas.

Uma parcela significativa das atividades e despesas correspondentes não comporta predeterminação em momento anterior à instauração da Licitação. Somente por ocasião da execução do contrato é que a campanha publicitária será concebida. Anote-se que as ofertas apresentadas na licitação não se referem à execução de um 'projeto básico', nem se referem a custos previstos em 'orçamento detalhado'.” (grifos nossos)

Dessa forma, em substituição ao projeto básico com as especificações técnicas dos produtos e serviços que serão executados, o edital de licitação para contratação de serviços de publicidade deverá disponibilizar um briefing para subsidiar o desenvolvimento da Proposta Técnica pelas licitantes, conforme disposto no inciso II do art. 6º da Lei nº 12.232/2010.

Na verdade, o briefing é o documento no qual são registradas, de forma clara, precisa e objetiva, as informações necessárias e suficientes para subsidiar a elaboração de proposta técnica em um processo licitatório ou a proposição de ação durante a execução do contrato.

4.8. DAS PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE

A Contratada deverá contemplar conteúdo específico vinculado às práticas de sustentabilidade pelas agências de propaganda, devendo constar no instrumento contratual, mais especificamente na Cláusula – Obrigações da

² “Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração - Lei nº 12.232/2010”, Ed. Fórum, pág.245,



Contratada, o seguinte: adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

4.9. DA PREVISÃO DA VEDAÇÃO DE EMPRESAS SOB A FORMA DE CONSÓRCIOS

Para a licitação, não será permitida a participação de empresas reunidas em consórcio. Isso porque a participação de consórcios em certames licitatórios vai ao encontro da finalidade desse tipo de licitação que é da melhor proposta técnica aliada ao menor preço ofertado visando atender à necessidade da Administração Municipal.

Destaque-se que apesar de não prescindir de características de cunho intelectual e complexo, é pacífico que a prestação de serviços de publicidade é de pleno e amplo conhecimento das empresas do ramo, havendo numerosa gama de empresas que possuem capacidade de atendimento às necessidades da Prefeitura Municipal de Timbaúba, com expertises compatíveis com a expectativa dos serviços a serem contratados.

Sendo assim, a participação de consórcio, no presente caso, não garante a ampliação da disputa competitiva, mas ao contrário, pode cerceá-la, pois as empresas não poderiam participar simultaneamente de forma individual e consorciada e, portanto, não poderiam concorrer entre si.

Somado a isso, acrescenta-se o fato de que o consórcio entre diversas empresas pode prejudicar a estratégia de publicidade da Prefeitura Municipal de Timbaúba, tendo em vista as possíveis divergências de posicionamento de cada uma na execução de um mesmo serviço.

4.10. DA PARTICIPAÇÃO DE COOPERATIVAS

Dada a significativa complexidade dos serviços de publicidade e propaganda e seguindo a mesma linha de contratações vigentes e anteriores da Prefeitura Municipal de Timbaúba, a presente contratação não deve permitir a participação no certame de organizações cooperativas, ou seja, empresas sem fins lucrativos.

Além disso, a presente licitação é regida por legislação especial, qual seja, a Lei nº 12.232/2010, e por isso os serviços serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º, §1º da Lei nº 12.232/2010, não sendo possível a participação de organização cooperativas.

4.11. DA VIGÊNCIA CONTRATUAL



O contrato deverá ter duração inicial de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, no interesse da Administração e mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 106 da Lei nº 14.133/2021, observado o limite de 05 anos contados da data de recebimento do objeto inicial, autorizada a prorrogação na forma do art. 107 da citada Lei, *in verbis*:

Art. 107. Os contratos de serviços e fornecimentos contínuos poderão 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.

4.12. DA JUSTIFICATIVA ACERCA DA NATUREZA CONTINUADA DO SERVIÇO E DA DURAÇÃO INICIAL DO CONTRATO

A Lei 14.133/21 alterou fundamentalmente as regras sobre a duração dos contratos e, conseqüentemente, a disciplina contratual sobre os prazos de vigência.

Na edição da Lei nº 8.666/93 havia uma preocupação clara em evitar contratos com prazos muito longos que pudessem, sob o olhar de um legislador desconfiado, por meio da rotatividade de contratados, preservar a isonomia e evitar um ambiente propício a eventuais desvios e imoralidades.

O cenário criado pela Lei nº 14.133/21 é outro. A regra geral, disposta no art. 105, é a de que a duração dos contratos “será a prevista em edital”.

Como se percebe, o olhar do legislador da Lei nº 14.133/21 sobre os contratos é “funcional”, ou seja, mirando na maior vantagem econômica e na melhor forma de satisfazer do interesse envolvido. Essa percepção se reforça diante da ampliação do rol de possíveis regimes de contratação, entre eles o fornecimento com prestação de serviço associado.

Certamente que uma premissa não afasta a outra. Buscar melhores resultados para a contratação não afasta o dever de cuidado com eventuais efeitos colaterais indesejados. Por isso, ao tempo em que se comemoram tais novidades, deve haver uma preocupação genuína com a sua implementação prática.

Assim definem os arts. 105 e 106, da Lei nº 14.133/2021:

“Art. 105. A duração dos contratos regidos por esta Lei será a prevista em edital, e deverão ser observadas, no momento da contratação e a cada exercício financeiro, a disponibilidade de créditos orçamentários, bem como a previsão no plano plurianual, quando ultrapassar 1 (um) exercício financeiro.



Art. 106. A Administração poderá celebrar contratos com prazo de até 5 (cinco) anos nas hipóteses de serviços e fornecimentos contínuos, observadas as seguintes diretrizes:

I - a autoridade competente do órgão ou entidade contratante deverá atestar a maior vantagem econômica vislumbrada em razão da contratação plurianual;

II - a Administração deverá atestar, no início da contratação e de cada exercício, a existência de créditos orçamentários vinculados à contratação e a vantagem em sua manutenção;

III - a Administração terá a opção de extinguir o contrato, sem ônus, quando não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

§ 1º A extinção mencionada no inciso III do caput deste artigo ocorrerá apenas na próxima data de aniversário do contrato e não poderá ocorrer em prazo inferior a 2 (dois) meses, contado da referida data.

§ 2º Aplica-se o disposto neste artigo ao aluguel de equipamentos e à utilização de programas de informática.

A Administração Pública possui o dever de dar publicidade de seus atos, conforme art. 37, caput, da Constituição Federal. Desse dever decorre a obrigação de observância ao princípio da transparência.

Os serviços de comunicação são imprescindíveis para o atendimento e prestação de informações à mídia e consequentemente à população, visando ao cumprimento da publicidade, transparência e accountability (prestação de contas) pela Prefeitura Municipal de Timbaúba.

Segundo Marçal Justen Filho³ os serviços contínuos estão enquadrados nos contratos de execução continuada os quais impõem à parte o dever de realizar uma conduta que se renova ou se mantém no decurso do tempo.

Já Jessé Torres⁴ se pronuncia sobre a matéria, afirmando que a prestação de serviços de execução contínua é aquela cuja falta paralisa ou retarda o serviço de sorte a comprometer a correspondente função estatal ou paraestatal. Acrescenta, ainda, que cabe à Administração, diante das circunstâncias de cada caso e do interesse do serviço, decidir pela prorrogação dos serviços contínuos por até 60 meses.

O Tribunal de Contas da União adota o entendimento de que a definição de um serviço como sendo, ou não, continuado depende das características específicas em cada caso concreto. No Acórdão n. 132/2008 - TCU - 2ª Câmara, o Ministro Relator Aroldo Cedraz assim se manifestou:

³ Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, Ed. Aide, 4ª Edição, págs. 362 /364.

⁴ Comentários à Lei de Licitações e Contratações da Administração Pública, Ed. Renovar, 1994, págs. 349 /351



“(...)

28. Sem pretender reabrir a discussão das conclusões obtidas naqueles casos concretos, chamo a atenção para o fato de que a natureza contínua de um serviço não pode ser definida de forma genérica. Deve-se, isso sim, atentar para as peculiaridades de cada situação examinada.

29. Na realidade, o que caracteriza o caráter contínuo de um determinado serviço é sua essencialidade para assegurar a integridade do patrimônio público de forma rotineira e permanente ou para manter o funcionamento das atividades finalísticas do ente administrativo, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional.

30. Nesse sentido, pode-se entender, por exemplo, que o fornecimento de passagens aéreas é serviço contínuo para o TCU, já que sua suspensão acarretaria a interrupção das atividades de fiscalização insitas ao cumprimento da missão desta Corte.

31. Na mesma linha de raciocínio, pode-se também considerar que o mesmo serviço tem natureza contínua para uma instituição federal de ensino superior, já que as bancas de exame de teses de mestrado e de doutorado exigem a participação de professores de outras instituições e, assim, a impossibilidade de fornecimento de passagens aéreas poderia inviabilizar a própria pós-graduação a cargo daquelas entidades.

32. O mesmo não ocorreria, no entanto, com um órgão judicial cujos integrantes não tivessem necessidade de deslocar-se frequentemente por avião para oferecerem a prestação jurisdicional. Em tal situação, o serviço em foco não seria contínuo, já que não seria essencial à permanência da atividade finalística.

33. De igual modo, um serviço de vigilância permanente de instalações deve ser considerado contínuo, posto que sua cessação colocaria em risco a integridade daquele patrimônio.

34. Isso não ocorre, entretanto, com um serviço de vigilância contratado para um evento específico, de duração determinada, que, por seu caráter eventual, não pode ser considerado contínuo.”

Nesse sentido, temos que a IN 02/2023, da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República – Secom/PR, de 14 de setembro de 2023, conceitua publicidade de utilidade pública no art. 3º:

“I - publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o intuito de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de



comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;”

Em vista disso, a descontinuidade da prestação do serviço poderia comprometer a capacidade especializada de condução sistêmica da comunicação de utilidade pública. Como consequência, a capacidade de atuação da Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano ficaria reduzida, possibilitando perdas com relação ao valor agregado das informações, à influência e interlocução do órgão com seu público de interesse e às respostas aos veículos noticiosos que difundem a visão do governo.

Dessa forma, entende-se que os serviços em tela possuem natureza continuada, uma vez que estão voltados para o funcionamento das rotinas de comunicação social, sendo necessários à Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano para o desempenho de suas atribuições, que, conforme já exposto, estão alinhados aos objetivos do Ente Público. Por esta razão, a interrupção desses serviços pode comprometer a continuidade e desempenho das atividades finalísticas desta Secretaria, em especial no que tange à prestação de informações à população. Assim, evitando o dispêndio de tempo e recurso humano empregado na instrução processual de nova contratação, quando do fim da vigência do contrato ora pretendido, resta configurada a necessidade de que a contratação se estenda por mais de um exercício financeiro.

4.13. DA APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA E DE PREÇOS

Para elaboração da Proposta Técnica deverão ser observadas as normas estabelecidas no **Apêndice 01 deste Termo de Referência**, onde encontra-se descrito de forma detalhada todas as exigências constantes pela formulação da mesma. No tocante ao seu julgamento, o mesmo será realizado observando os critérios de pontuação definidos no **Apêndice 02 deste Termo de Referência**.

Para a formalização da Proposta de Preços, as agências deverão apresentar seus preços sujeitos à valoração, seguindo o disposto no **Apêndice 03 deste Termo de Referência**. E o seu ocorrerá de acordo com os critérios de pontuação estabelecidos no **Apêndice 04 deste Termo de Referência**.

O julgamento final das propostas técnica e de preços será obtido através do cálculo das pontuações obtidas em cada julgamento, seguindo o disposto no **Apêndice 05 deste Termo de Referência**.

4.14. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

Para a habilitação das empresas, após a fase de julgamentos das propostas técnicas e de preços, deverá ser levado em consideração o que rege a legislação em vigor.

4.14.1 – Documentação relativa à Habilitação Jurídica:



4.14.1.1 – Registro Comercial, no caso de empresa individual;

4.14.1.2 – Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, juntamente com todas as eventuais alterações, ou se for o caso, **o ato constitutivo e/ou a alteração social consolidada** devidamente registrada, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

4.14.1.3 – Inscrição do ato constitutivo no órgão competente, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício; e

4.14.1.4 – Decreto de autorização, devidamente arquivado, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

4.14.2 – Documentação relativa à Qualificação Técnica:

4.14.2.1 – Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características e prazos com o objeto da licitação, mediante atestado(s) fornecido(s) por pessoas jurídicas de direito público ou privado, contendo no mínimo os seguintes dados:

- a) Nome, CNPJ, endereço completo com telefone da empresa emitente e assinatura do responsável;
- b) Objeto do contrato (tipo de serviços e prazos contratuais);
- c) Afirmção de que a empresa prestou ou está prestando serviços corretamente, atendendo a todas as condições contratuais.

4.14.2.2 – Cópia do certificado de qualificação técnica de funcionamento, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), de que trata § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232 de 29/04/2010.

4.14.3 – Documentação relativa à Qualificação Econômico-Financeira:

4.14.3.1 – Certidão Negativa de Falência, expedida pelo Distribuidor da sede do licitante ou de seu domicílio, dentro do prazo de validade previsto na própria certidão, ou na omissão desta, com antecedência máxima de 90 (noventa) dias contados da sua apresentação.

4.14.3.2 – Certidão Negativa de Falência referente aos processos distribuídos pelo PJe (processos judiciais eletrônicos) da sede do licitante ou de seu domicílio;



4.14.3.2.1 – As empresas sediadas no Estado de Pernambuco poderão retirar a respectiva certidão no link: (www.tjpe.jus.br/certidaopje), devendo ser emitidas as certidões de 1º e 2º grau para fins de licitação.

4.14.3.3 – A certidão descrita no subitem 4.14.3.2 somente é exigível quando a Certidão Negativa de Falência do Estado da sede do licitante ou de seu domicílio contiver a ressalva expressa de que não abrange os processos judiciais eletrônicos.

4.14.3.4 – As empresas sediadas em Pernambuco e constituídas após a implantação do Sistema Judwin (PJE), que ocorreu em 11 de maio de 2016, poderão apresentar apenas as certidões descritas no item 4.14.3.2.1.

4.14.3.5 – Para os licitantes sediados em locais em que a verificação é centralizada, será aceita uma única certidão.

4.14.3.6 – Em caso de Certidão Positiva de Falência com Efeito de Negativa, faz-se necessário que o documento mencione se o licitante já teve o plano de recuperação homologado em juízo e se está apto econômica e financeiramente a participar do procedimento licitatório.

4.14.3.7 – Caberá ao licitante obter a Certidão Negativa de Falência de acordo com as disposições normativas do respectivo Estado da Federação da sede do licitante ou de seu domicílio.

4.14.3.8 – Comprovação da boa situação financeira do licitante através do cumprimento dos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente, resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, nos valores indicados:

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}} \text{ igual ou superior a } 1$$

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}} \text{ igual ou superior a } 1$$

$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}} \text{ igual ou superior a } 1$$

4.14.3.9 – Para fins de comprovação de Patrimônio Líquido e dos índices contábeis, o licitante deverá apresentar Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis dos últimos 2 (dois) exercícios sociais, exigíveis e apresentados na forma da lei (incluindo o termo de abertura e termo de encerramento), salvo quando o licitante tiver sido constituída há menos de 02 (dois) anos, hipótese na qual tais documentos limitar-se-ão ao último exercício financeiro;



4.14.3.10 – Caso o licitante não possua índice maior ou igual a 1 em qualquer um dos coeficientes citados no subitem 4.14.3.8, deverá comprovar patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor máximo admitido para a contratação;

4.14.3.11 – Os balanços e demonstrações devem conter os registros ou autenticação no órgão competente e estar devidamente assinados pelo administrador da empresa e pelo profissional habilitado junto ao Conselho Regional de Contabilidade – CRC.

4.14.3.12 – 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, conforme art. 65, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021.

4.14.3.13 – Caso o exercício financeiro anterior ao da licitação esteja encerrado há mais de 3 (três) meses da data da sessão pública de abertura deste certame, o Balanço Patrimonial poderá ser atualizado pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).

4.14.4 – Documentação relativa à Regularidade Fiscal e Trabalhista:

4.14.4.1 – Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;

4.14.4.2 – 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 02/10/2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

4.14.4.3 – Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

4.14.4.4 – 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 VIIA da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;

4.14.4.5 – Prova de regularidade para com as Fazendas Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante;



4.14.4.6 – A microempresa ou empresa de pequeno porte deverá apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição, sob pena de inabilitação.

4.14.5 – Das declarações:

4.14.5.1 – Declaração de Cumprimento das condições de habilitação, podendo ser adotado o modelo constante no edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

Obs.: Caso haja alguma restrição na regularidade fiscal e trabalhista, tal ressalva deve constar na referida declaração.

4.14.5.2 – Declaração de Idoneidade, podendo ser adotado o modelo constante no edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

4.14.5.3 – Declaração de Inexistência de Fatos Impeditivos, podendo ser adotado o modelo constante no edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

4.14.5.4 – Declaração de que não utiliza, direta ou indiretamente, mão de obra de menores conforme as disposições contidas no art. 7º, XXXIII da Constituição Federal de 1988, podendo ser adotado o modelo constante no edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

4.14.5.5 – Declaração de Opção para Microempresa e Empresa de Pequeno Porte de que atende aos limites de compromissos contratuais fixados no art. 4º, §§ 2º e 3º da Lei 14.133/2021, estando apto a usufruir o tratamento favorecido estabelecido na Lei Complementar nº 123, de 2006, podendo ser adotado o modelo constante no edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

4.14.5.6 – Declaração de Responsabilidade, podendo ser adotado o modelo constante no edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

4.14.5.7 – Declaração de Inexistência de Relação Familiar ou Parentesco com Servidores da Administração Municipal, podendo ser adotado o modelo constante no edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

4.14.5.8 – Declaração de cumprimento das exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas, podendo ser



adotado o modelo constante no edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

4.14.5.9 – Declaração de que não possui, em sua cadeia produtiva, empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal, bem como no art. 14, inciso VI, da Lei nº 14.133/2021, podendo ser adotado o modelo constante no edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

4.14.5.10 – Declaração de que tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação, podendo ser adotado o modelo constante no edital, assinada por sócio, dirigente, proprietário ou procurador do licitante.

4.15. DA GARANTIA CONTRATUAL

A exigência da garantia de execução contratual tem como objetivo assegurar o andamento da licitação, bem como o cumprimento do objeto contratual e, portanto, é fundamental que esse item faça parte das exigências definidas no edital da pretensa contratação.

Com a apresentação da garantia, comprova-se, em certa medida, o interesse das licitantes em levarem o contrato até o fim, caso sejam vencedoras do certame. Isso porque é sabido que a participação em processos licitatórios envolve riscos e investimento por parte das empresas, ainda que não sejam exigidos custos desnecessários dos participantes anteriormente à celebração dos contratos.

Dessa forma, espera-se que a exigência de garantias atraia empresas sérias e comprometidas com o cumprimento dos contratos e evitem a concorrência dessas com licitantes que não teriam como levar o contrato até o fim. Ou seja, a exigência de garantias contratuais é uma segurança, não somente para órgãos públicos, mas também para os concorrentes nos processos licitatórios.

Conforme disposto no art. 98, da Lei nº 14.133, de 2021, temos que o percentual da garantia não poderá exceder a 5% do valor inicial do contrato, autorizada a majoração desse percentual para até 10% (dez por cento), desde que justificada mediante análise da complexidade técnica e dos riscos envolvidos.

Sendo assim, entende-se que o valor da garantia deverá ser de 5% (cinco por cento) do valor inicial do contrato, seguindo o texto legal.

5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO:

A execução do Contrato dar-se-á em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual de acordo com art. 14, da Lei nº 12.232/2010, *in verbis*:



“Art. 14. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º desta Lei.

§ 1º O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

§ 2º No caso do § 1º deste artigo, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

§ 3º O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no § 2º deste artigo.”

Assim, deverá ser observado as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados à Prefeitura Municipal de Timbaúba, com exceção à compra de mídia:

- a) Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- b) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no Município ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- c) A impossibilidade de obter as 03 (três) cotações deverão ser previamente justificada à Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano, por escrito, para decisão sobre a contratação.
- d) Exigir do fornecedor que a cotação seja em papel timbrado e que:
 - d.1) Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
 - d.2) Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;



A Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, sendo que:

- a) Se e quando julgar conveniente, a Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

Deverá ser encaminhado em arquivo digital, após a aprovação do serviço pela Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano e sem ônus para esta, cópias de peças produzidas (tv e cinema, internet, rádio, mídia impressa e materiais publicitários – sendo essas últimas uma cópia aberta e uma cópia fechada), desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga.

Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano.

Deverá ser disponibilizadas as informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada pela Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano.

Será obrigatório a entrega das cópias dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano.

Deverá ser entregue a Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos.

5.1. DIREITOS AUTORAIS

A Contratada deve ceder à Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano os direitos autorais de uso das ideias (incluindo estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados, produzidos em decorrência do contrato a ser assinado.

- a) Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.
- b) O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas no contrato.
- c) Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.



d) Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a Contratada solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

e) A Contratada se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) às peças e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

6. GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

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

Será nomeado gestor e fiscal, para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a Contratada, objetivando sua imediata correção.

A fiscalização pelo Contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da Contratada pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.

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

A Contratada adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o Contratante.

A autorização, pelo Contratante, dos planos de mídia e dos serviços executados pela Contratada ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

A ausência de comunicação por parte do Contratante, referente a irregularidade ou falhas, não exime a Contratada das responsabilidades determinadas no contrato.

A Contratada permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência do contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.



O Contratante irá realizar o acompanhamento de todos os serviços objeto do contrato, juntamente com representante credenciado pela Contratada.

6.1. FISCAL DO CONTRATO

O fiscal deverá ter pleno conhecimento do contrato e das demais condições constantes do Edital e seus anexos, tendo, entre outras, as seguintes atribuições:

- a) Fiscalizar a regularidade e adequação dos serviços prestados, de acordo com as especificações previstas neste Termo de Referência, e elaborar relatórios de acompanhamento, com os registros de eventuais falhas verificadas e das medidas corretivas necessárias;
- b) Disponibilizar toda a infraestrutura necessária para execução dos serviços na forma e nos prazos definidos no contrato e demais anexos do Edital;
- c) Reunir-se com o preposto da Contratada, visando a estabelecer as estratégias da execução do objeto, bem como traçar metas de controle, fiscalização e acompanhamento do contrato;
- d) Exigir da Contratada o fiel cumprimento de todas as condições contratuais assumidas, na forma prevista no contrato;
- e) Comunicar ao gestor do contrato a necessidade de alterações do quantitativo do objeto ou modificação da forma de sua execução, em razão de fato superveniente;
- f) Recusar serviço prestado de forma irregular, não aceitando execução diversa daquela que se encontra especificada neste Termo de Referência e demais anexos;
- g) Solicitar à Contratada justificativa para eventuais serviços não realizados ou realizados inadequadamente, podendo assinalar prazo para correções de eventuais falhas verificadas, conforme avaliação da execução dos serviços;
- h) Atestar as Notas Fiscais/Faturas apresentadas pela Contratada, encaminhando-as ao gestor do contrato para que seja providenciado o pagamento;
- i) Verificar a manutenção das condições de habilitação da Contratada, acompanhar o empenho, o pagamento, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.
- j) Comunicar ao gestor do contrato, em tempo hábil, a iminência do término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à renovação tempestiva ou à prorrogação contratual.
- k) Comunicar por escrito ao gestor do contrato as faltas cometidas pela Contratada que sejam passíveis de aplicação de penalidade.

6.2. GESTOR DO CONTRATO

São atribuições do gestor do contrato:

- a) Acompanhar e observar o cumprimento das cláusulas contratuais;



- b) Analisar relatórios e documentos enviados pelo fiscal do contrato;
- c) Solicitar abertura de processo administrativo visando à aplicação da penalidade cabível, garantindo a defesa prévia à Contratada;
- d) Propor aplicação de sanções administrativas pelo descumprimento das cláusulas contratuais apontadas pelo fiscal do contrato;
- e) Providenciar o pagamento das notas fiscais/faturas emitidas pela Contratada, e atestadas pelo fiscal do contrato, mediante a observância das exigências contratuais e legais;
- f) Apurar o percentual de desconto ou glosas da fatura correspondente, em virtude de serviços total ou parcialmente não executados no período de faturamento considerado, por motivos imputáveis à Contratada;
- g) Manter controle atualizado dos pagamentos efetuados.

7. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

O pagamento será feito diretamente pelo Contratante, no prazo de até 30 (trinta) dias, através de depósito bancário em conta corrente da Contratada, mediante a apresentação da Nota Fiscal/Fatura, e atesto do fiscal da contratação, designado pelo Contratante.

O pagamento à Contratada corresponderá, ao valor da parte que lhe cabe diretamente, ou seja: custos internos, referentes a criação e finalização de peças publicitárias; honorários, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros (subcontratados) e desconto padrão de agência, conforme preceitua as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas.

Devem ainda ser observadas por parte do Contratante as seguintes recomendações, no que se refere ao pagamento da Contratada:

- a) Caso ocorra erro ou omissão na fatura ou outra circunstância que desaconselhe o seu pagamento, a Contratada deverá substituí-la, devendo o prazo para pagamento a Contratada, passar a ser contado da data de apresentação da nova fatura;
- b) A devolução da Fatura não aprovada pelo Contratante, por conter incorreções, não poderá servir de pretexto para que a Contratada suspenda a execução dos serviços;
- c) As faturas deverão ser entregues na Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano sob o protocolo, até o 5º (quinto) dia útil do mês seguinte ao da prestação dos serviços faturados;
- d) Após análise técnica feita pelo fiscal da contratação sobre os serviços realizados, que, se aprovadas, as referidas faturas serão atestadas e enviadas ao setor financeiro do Contratante para posterior pagamento;
- e) O Contratante poderá sustar o pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura, no todo ou em parte, caso seja constatado que a Contratada não cumpriu quaisquer das obrigações contratuais assumidas;
- f) Os períodos de atraso por culpa da Contratada e aqueles decorrentes de atrasos nos pagamentos, motivados pela não aprovação dos



documentos de cobrança devido a incorreções por parte da Contratada, não serão computados para efeito de atualização monetária de preços;
g) O pagamento fica condicionado à comprovação da regularidade fiscal, trabalhista e previdenciária da Contratada, devendo esta apresentar, antes de cada pagamento, certidão negativa de débitos, dentro do prazo de validade, junto às Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal, ao FGTS e ao CNDT, sob pena de suspensão de pagamento;
h) A Contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência, quando da utilização, pelo Contratante, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

Quando do pagamento, deverá ser efetuada a retenção do imposto sobre a renda, nos termos previstos na Instrução Normativa RFB nº 1.234/2012, e alterações posteriores, ou em norma que venha a substituí-la, além de outras retenções previstas na legislação tributária aplicável.

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

Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, verificados por culpa única e exclusiva do Contratante, fica convencionado que a taxa de atualização financeira será calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$EM = I \times N \times VP$$

Onde:

SIGLA	SIGNIFICADO/DESCRIÇÃO
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
TX	IPCA
I	Índice de atualização financeira, assim apurado: $I = \frac{(TX)}{\frac{100}{365}}$

A atualização financeira prevista nesta cláusula será incluída na Nota Fiscal/Fatura do mês seguinte ao da ocorrência.

8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR



A Prefeitura Municipal de Timbaúba em conformidade com a Leis Federais n.º 12.232/2010, 14.133/2021 e 4.680/65 de forma complementar e dos Artigos 42, 43, 44, 45 e 46 da Lei Complementar 123 de 14 de dezembro de 2006, torna público que fará realizar no Setor de licitação na modalidade CONCORRÊNCIA PRESENCIAL, conforme objeto descrito no item 1 deste Termo de Referência, nas condições fixadas neste Termo de Referência e seus anexos, sendo a presente licitação do tipo “TÉCNICA E PREÇO”.

O tipo de modalidade CONCORRÊNCIA PRESENCIAL se justifica pelo fato de que a Prefeitura Municipal de Timbaúba pela complexidade do objeto a ser licitado, onde o sistema atualmente utilizado não dispõe de mecanismo que possam ser utilizados para recepção das propostas técnicas – envelopes 01, 02 e 03 que garantam o sigilo das informações e que não identifique os licitantes.

Nesse sentido, é importante transcrever o disposto no §2º do art. 17 da Lei nº 14.133/2021, *in verbis*:

“Art. 17. O processo de licitação observará as seguintes fases, em sequência:

I - preparatória;

II - de divulgação do edital de licitação;

III - de apresentação de propostas e lances, quando for o caso;

IV - de julgamento;

V - de habilitação;

VI - recursal;

VII - de homologação.

§ 1º A fase referida no inciso V do **caput** deste artigo poderá, mediante ato motivado com explicitação dos benefícios decorrentes, anteceder as fases referidas nos incisos III e IV do **caput** deste artigo, desde que expressamente previsto no edital de licitação.

§ 2º As licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo.” (Grifamos)

Assim, considerando que objeto deste Termo de Referência possui Lei específica (Lei Federal n.º 12.232/2010) e que a Lei Federal nº 14.133/2021, a qual é usada de forma subsidiária, não proíbe que seja realizada a modalidade Concorrência, na forma presencial, é que esta Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano entende pela adoção da Concorrência – presencial do tipo “Técnica e Preço”.

Diante do ocorrido, é que justifica-se a adoção da Concorrência na forma presencial, devendo ser realizada a gravação da sessão em áudio e vídeo.

9. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO



O valor da contratação está estimado em **R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

O acima informado foi dimensionado ante as normativas aprovadas na Lei Orçamentária do município, os contratos anteriormente firmados pela Prefeitura Municipal de Timbaúba e, sobretudo, ante as necessidades de comunicação do executivo municipal.

A Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano destaca que, como instrumento de definição do orçamento anual foi considerada uma verba anual aproximada de R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais), analisando as necessidades de divulgação de ações e atividades educativas, conforme exercício desenvolvido no sentido de ponderar as seguintes questões técnicas:

- a)** Presença massiva em meios de massa eletrônicos, dada a necessidade de comunicar ações para um público residente em área metropolitana de forma expressiva, incluindo televisão aberta e emissoras de rádio, com amplo alcance e baixo custo nominal por milheiro, conforme melhores práticas em planejamento publicitário.
- b)** Presença coadjuvante em meios de mídia exterior e mobiliário urbano, além de meios impressos de formação de opinião, como forma de consolidar informações de maior porte para a Prefeitura do Município.
- c)** Presença permanente em meios digitais, com impulsionamento e uso constante de informações direcionadas para públicos específicos.
- d)** Foram utilizados para este dimensionamento os custos atuais de tabela dos veículos, onde em exercício, cerca de 60% dos recursos foram para meios audiovisuais e os demais 40% para meios digitais e exteriores.

Ademais, conforme já explanado, a presente contratação não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual, mas apenas os percentuais referentes aos serviços definidos.

Dessa forma, no decorrer da execução contratual, o fornecimento de bens e serviços especializados exigirá a apresentação pelas agências contratadas de 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, previamente cadastradas, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei 12.232/2010.

10. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

As despesas advindas da futura contratação serão pagas através das seguintes dotações orçamentárias:



2014 – SECRETARIA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO E
DESENVOLVIMENTO URBANO
2.2158 – MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DAS SEC DE PLANEJAMENTO E
DESENVOLVIMENTO URBANO
33.90.39 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PJ
FONTE 1

11. RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO DO TERMO DE REFERÊNCIA

Timbaúba, 18 de julho de 2025.

Eduardo Gregório da Rocha
Diretor de Monitoramento

Jobson Wagner Pereira da Silva
Assessor de Comunicação do Município de Timbaúba

APROVADO:

Thaise Milena Silveira Rosendo
Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano



APÊNDICE 01 DO TERMO DE REFERÊNCIA

PROPOSTA TÉCNICA

1. A proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no Briefing, e de um conjunto de informações referentes ao licitante.

2. A Proposta Técnica deverá conter os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação do licitante para a execução do objeto da licitação. A não apresentação de qualquer documento exigido no Edital ensejará a desclassificação da Proposta.

3. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, devendo ser acondicionada em 03 (três) envelopes distintos.

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
I - Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico Estratégia de Comunicação Publicitária Ideia Criativa Estratégia de Mídia e Não Mídia
II - Capacidade de Atendimento	
III – Repertório	
IV - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

5. Quesitos:

5.1. O **Plano de Comunicação Publicitária** – deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no Briefing e nas orientações do Edital, observadas especialmente as seguintes disposições:

- a) Formatação realizada;
- b) Elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:
 - b.1) **Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada.**
 - b.1.1) Será vedada a aposição, a qualquer parte da VIA NÃO IDENTIFICADA do Plano de Comunicação Publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do envelope da via identificada;



b.1.2) O envelope destinado à apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária será padronizado e fornecido pela Comissão de Contratação;

b.1.3) O envelope padronizado com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária só será recebido pela Comissão de Contratação se não apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante;

b.2) Plano de Comunicação - via identificada.

b.2.1) A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças e/ou materiais referentes à ideia criativa. Deverá conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.2. Subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária:

5.2.1. Raciocínio Básico: composto de um texto, gráfico e/ou tabela em que a licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Timbaúba, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

5.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: constituída de texto, gráfico e/ou tabela em que a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos gerais e específicos de comunicação relacionados a esse desafio expresso no Briefing compreendendo:

- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu Raciocínio Básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

5.2.3. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme Briefing, observadas as seguintes disposições:

- a) Apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto, com comentários sobre cada peça e/ou material;



- b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária;

5.2.3.1. Os comentários estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material.

5.2.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado “fisicamente”, deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e/ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

5.2.3.3. Os exemplos de peças e/ou material:

- a) Estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou características da peça e/ou material;
- b) Podem ser apresentados sob a forma de:
 - b.1) Roteiro, leiaute e/ou story-board impressos, para qualquer meio;
 - b.2) Protótipo ou ‘mostro’, para rádio e internet;
 - b.3) Story-board animado ou animatic, para TV e cinema;
- c) Só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

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

5.2.3.5. Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, ‘monstro’ internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica.

5.2.3.6. Os storyboard animados ou animatics e os protótipos ou ‘monstros’ deverão ser apresentados em CD, CD-ROM, DVD-ROM, executáveis em computadores e acondicionados em caixas de acrílico transparente sem qualquer identificação, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia produzida. Os Protótipos ou ‘monstros’, para internet poderão ser produzidos em pdf, jpg, HTML, mpeg.



5.2.3.7. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou *passee-partout*, observado que devem-se adequar-se às dimensões do envelope nº 01. Peças que não se ajustem às dimensões do envelope nº 01 podem ser dobradas.

5.2.3.8. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite definido, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) As reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) Cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial para qualquer meio – a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers, entre outros – será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) Um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) Um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) Um *hotsite* cuja página de abertura e/ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

5.2.3.9. Na apresentação de proposta de *hotsite* não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

5.2.4. Estratégia de Mídia e não Mídia: deverá ser desenvolvida por meio de textos, tabelas, gráficos e/ou planilhas constituída de:

- a) Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no Briefing;
- b) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.



5.2.4.1. Todas as peças e material que integrarem a relação deverão constar dessa simulação.

5.2.4.2. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

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

5.2.4.3. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

- 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 da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65;
- c) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

5.2.4.4. Consideram-se Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

5.2.5. Formatação do Plano de Comunicação Publicitária:

5.2.5.1. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA deverá observar a seguinte formatação:

- a) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75gr/m² a 90gr/m², ambas em branco;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75gr/m² a 90gr/m², orientação retrato;



- d) Espaçamento de 3cm, nas margens direita e esquerda, superior e inferior conforme editor de textos, a partir da borda;
- e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado no texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”;
- i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, no canto inferior direito, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.

5.2.5.2. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou material prevista no subitem de Ideia Criativa 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 subquestos.

5.2.5.3. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

5.2.5.4. Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente (soltas) do caderno e adequados às dimensões do envelope nº 01.

5.2.5.5. As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “10 pontos”;
- c) Ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas.

5.2.5.6. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a) Ser editado em cores;
- b) Ter fontes e tamanhos de fonte e formatos (horizontal ou vertical) habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;
- c) Ser apresentados em papel A3 dobrado;



5.2.5.7. O Plano de Comunicação Publicitária – VIA IDENTIFICADA, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa, com a identificação da licitante e 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.

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

5.2.6.1. Qualquer página com os documentos e informações poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

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

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

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



circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Timbaúba, sem ônus adicionais, na vigência do Contrato.

5.2.7. O **Repertório** é composto de um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pela licitante, sob forma de peças publicitárias com as respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver e que comprove a experiência da licitante na prestação de serviços de propaganda e publicidade. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.2.7.1. Qualquer página com os documentos e informações poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

5.2.7.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

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

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

5.2.7.6. As peças e ou material devem ter sido anteriormente veiculados, expostos ou distribuídos.

5.2.7.7. Peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

5.2.7.8. As peças gráficas poderão integrar o caderno, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.



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

5.2.7.10. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista.

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

5.2.7.12. As peças e ou material **não** podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Timbaúba.

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

5.2.8.1. Qualquer página com os documentos e informações poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

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

5.2.8.3. A licitante deverá apresentar **2 (dois)** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.



5.2.8.4. Comprovação de propostas implementadas.

5.2.8.5. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista.

5.2.8.6. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e **não** podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Timbaúba anteriormente.

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

5.2.8.8. É permitida a inclusão de **até 5 (cinco)** peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

- a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;
- b) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 5.2.8, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- c) Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

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

Timbaúba, 16 de julho de 2025.

Eduardo Gregório da Rocha
Diretor de Monitoramento

Jobson Wagner Pereira da Silva
Assessor de Comunicação do Município de Timbaúba

APROVADO:

Thaise Milena Silveira Rosendo
Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano



APÊNDICE 02 DO TERMO DE REFERÊNCIA
JUGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

1. As propostas técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas pela Subcomissão Técnica, de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definidos no Edital, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta da licitante.

2. A nota da Proposta Técnica será apurada atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos:

I	Raciocínio Básico Máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:	
a)	Conhecimento das características gerais da Prefeitura Municipal de Timbaúba, das suas ações e serviços prestados à população;	5,0 (cinco) pontos
b)	Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Timbaúba;	5,0 (cinco) pontos
c)	Adequada compreensão sobre o objeto da licitação como um todo e os desafios de comunicação a serem enfrentados pela Prefeitura Municipal de Timbaúba nos próximos anos.	5,0 (cinco) pontos

II	Estratégia de Comunicação Máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:	
a)	Formulação da estratégia de comunicação publicitária a ser implantada, dos quais 5,0 (cinco) pontos para a adequação da estratégia proposta às necessidades da Prefeitura Municipal de Timbaúba e 5,0 (cinco) pontos para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu à estratégia proposta.	10,0 (dez) pontos
b)	Adequação da estratégia proposta ao objeto da licitação como um todo, bem como aos desafios, resultados e metas de comunicação desejadas pela Prefeitura Municipal de Timbaúba e/ou identificadas pela licitante em seu raciocínio básico.	5,0 (cinco) pontos

III	Ideia Criativa Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:	
a)	Formulação do conceito da campanha simulada, dos quais: 2,0 (dois) pontos para a compreensão do tema hipotético, e	8,0 (oito) pontos



	4,0 (quatro) pontos para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito, e 2,0 (dois) pontos para a capacidade de síntese da estratégia de comunicação publicitária.	
b)	Adequação da campanha simulada como resposta aos desafios e metas explicitadas pela licitante na estratégia de comunicação publicitária.	4,0 (quatro) pontos
c)	Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos exemplos de peças publicitárias que se apresentarem.	8,0 (oito) pontos

IV	Estratégia de Mídia e não Mídia Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:	
a)	Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação.	4,0 (quatro) pontos
b)	Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da estratégia de mídia.	5,0 (cinco) pontos
c)	Estudo de distribuição da verba à disposição da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante.	5,0 (cinco) pontos
d)	Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária disponível para a campanha simulada.	6,0 (seis) pontos

V	Capacidade de Atendimento Máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:	
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a adequação das instalações, da infra-estrutura, dos recursos materiais, pesquisas e informações disponibilizadas, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Timbaúba.	5,0 (cinco) pontos
b)	Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produção e veiculação.	5,0 (cinco) pontos

VI	Repertório Máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:	
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de	10,0 (dez) pontos



	concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento.	
--	--	--

VII	Relato de Soluções de Problemas de Comunicação Máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:	
a)	Evidência de planejamento publicitário	2,5 (dois e meio) pontos
b)	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	2,5 (dois e meio) pontos
c)	Relevância dos resultados apresentados	2,5 (dois e meio) pontos
d)	Concatenação lógica da exposição	2,5 (dois e meio) pontos

14.3. Para efeito de atribuição das notas, serão considerados como notas máximas os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos subitens anteriores.

14.4. A nota será atribuída partindo de uma escala de **0,0 (zero vírgula zero) ponto** até a quantidade de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais.

14.4.1. Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 5 (cinco) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com a seguinte escala referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito e adotando as referências na tabela a seguir:

Não abordado ou Erroneamente abordado – 0% da nota máxima
Insuficientemente abordado – 30% da nota máxima
Parcialmente abordado – 50% da nota máxima
Satisfatoriamente abordado – 70% da nota máxima
Plenamente abordado – 100% da nota máxima

14.4.2. Para aferição dos níveis anteriormente descritos a Subcomissão Técnica deverá observar as seguintes ponderações objetivas:

Referência	Nota	Detalhamento
Não abordado ou Erroneamente abordado	0% da nota máxima	No subitem específico, observando as normativas construtivas propostas neste Edital, o texto da licitante não atende aos elementos presentes no Briefing do Edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para análise do item/subitem de avaliação.
Insuficientemente abordado	30% da nota máxima	No subitem específico, observando as normativas construtivas propostas em edital, o texto da licitante atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do Edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o



		tema solicitado ou abordagem de campanha, dentro do item/subitem de avaliação.
Parcialmente abordado	50% da nota máxima	No subitem específico, observando as normativas construtivas propostas em edital, o texto da licitante contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no Edital, atendendo a normativa técnica <i>com omissões relevantes</i> , mas sem desvios do solicitado no instrumento editalício do certame.
Satisfatoriamente abordado	70% da nota máxima	Quando a proposta contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme o briefing e critérios estabelecidos no Edital para o aspecto a ser avaliado, com pequenos e não relevantes desvios do solicitado.
Plenamente abordado	100% da nota máxima	Quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos do quesito ou subquesito em julgamento conforme o briefing e critérios estabelecidos no Edital para o aspecto a ser avaliado, com pequenos e não relevantes desvios do solicitado.

5. A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica que emitirá relatório com atribuição de notas às propostas, constando ainda a respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os incisos III, IV, V e VI do § 4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

6. As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos, limitado ao total máximo de 100 (cem) pontos, respeitado o mínimo de 50 (cinquenta) pontos.

7. 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 previstos no Edital.

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

8. Será desclassificada a Proposta Técnica que:

- a) não atender às exigências do Edital e de seus Anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos ou subquesitos;
- d) deixar de apresentar quaisquer documentos exigidos, ou apresentá-los em desacordo com o que foi exigido.



9. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do Edital, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura do invólucro da via IDENTIFICADA do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA.

10. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas, nesta fase, serão consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos Ideia Criativa, Estratégia de Comunicação Publicitária, Estratégia de Mídia e Não Mídia e nos quesitos Capacidade de Atendimento, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Repertório.

14.10.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

Timbaúba, 16 de julho de 2025.

Eduardo Gregório da Rocha
Diretor de Monitoramento

Jobson Wagner Pereira da Silva
Assessor de Comunicação do Município de Timbaúba

APROVADO:

Thaise Milena Silveira Rosendo
Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano



APÊNDICE 03 DO TERMO DE REFERÊNCIA
PROPOSTA DE PREÇOS

1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada, preferencialmente, em 02 (duas) vias, devendo ser redigida no idioma português, sem rasuras, emendas ou entrelinhas, digitada em papel timbrado da licitante, datada e assinada por representante legal da licitante, na última folha, e rubricada nas demais.

2. A Proposta de Preços deverá conter:

2.1. **Itens sujeitos a valoração**, contendo as informações constantes no modelo em anexo, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

- a) **Percentual de desconto** a ser concedido à Prefeitura Municipal de Timbaúba, sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco;
- b) **Honorários (em percentual)** de até 10% (dez por cento), a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Timbaúba, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da Contratada.

2.2. Política de negociação:

- a) De preços e condições de pagamentos junto aos fornecedores e veículos, especialmente em relação a descontos.
- b) De preços a serem pagos pela licitante a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças publicitárias por novos períodos a serem pactuados.
- c) De preços a serem pagos pela licitante a autores de obras artísticas preexistentes, aproveitadas em peças publicitárias, na reutilização dessas peças publicitárias por novos períodos a serem pactuados.

2.3. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, sobre o tratamento dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:



- a) Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), a cessão definitiva dos direitos patrimoniais de uso à Prefeitura Municipal de Timbaúba, ressalvado os direitos de terceiros.
- b) Para os direitos de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de duração do Contrato, com a definição de um percentual de até 30% (trinta por cento) do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso, exceto fotografias.
- c) O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

2.4. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, se comprometendo a repassar à Prefeitura Municipal de Timbaúba todas as vantagens obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços, nos termos do disposto no art. 15, parágrafo único, da Lei n.º 12.232/2010.

2.5. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, de que reverterá à Prefeitura Municipal de Timbaúba parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus, no percentual máximo de cada faixa (2%, 3% ou 5%, conforme o caso), indicada no Anexo “B” – Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia.

2.6. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, de que, nos preços propostos, estão incluídas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes, fretes, despesas de viagem, locomoção, permanência, alimentação e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto da licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.

3. Em caso de divergência entre dados numéricos e valores por extenso, prevalecerá esse último. Havendo erro de cálculo, o representante legal da licitante efetuará as devidas retificações, sendo considerado pela Comissão de Contratação para efeito de julgamento, o valor com as retificações efetuadas.



4. Os trabalhos desenvolvidos internamente pela AGÊNCIA serão remunerados de acordo com os valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco – SINAPRO/PE, aplicando-se o desconto oferecido na proposta da licitante.

Timbaúba, 16 de julho de 2025.

Eduardo Gregório da Rocha
Diretor de Monitoramento

Jobson Wagner Pereira da Silva
Assessor de Comunicação do Município de Timbaúba

APROVADO:

Thaise Milena Silveira Rosendo
Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano



APÊNDICE 04 DO TERMO DE REFERÊNCIA
JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

1. As Propostas de Preços serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definido no Edital, aferindo-se a nota de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

ITEM	DESCONTO e HONORÁRIO	NOTA
01	Desconto (em percentual) a ser concedido à Prefeitura Municipal de Timbaúba sobre os custos internos, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco – SINAPRO/PE.	• Desconto inferior a 30,0% Nota = 0,00 • Desconto igual ou superior a 30,0%: Nota = (1,5 x Desconto) Nota máxima: 60 pontos
02	Honorários (em percentual) a serem cobrados à Prefeitura Municipal de Timbaúba, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada.	• Honorário maior que 10%: Nota = 0,00 • Honorário inferior a 10% Nota = 5,0 x (15 - honorário) Nota máxima: 40 pontos

2. A nota da Proposta de Preços será obtida mediante o somatório das notas dos itens 01 e 02 da tabela constante do subitem acima, sendo considerada como Proposta de **menor preço** aquela que obtiver o maior somatório das notas de preços dos itens 01 e 02 da tabela em referência.

3. Serão desclassificadas as Propostas de Preços que deixarem de apresentar documentos ou apresentá-los em desacordo com as normas deste Termo de Referência, bem como as que apresentem preços manifestamente inexequíveis, observado o disposto art. 59 da Lei nº 14.133/2021.

4. Não serão admitidas Propostas que apresentem preços simbólicos, irrisórios, ou de valor zero, ou incompatíveis com os preços de mercado.

Timbaúba, 16 de julho de 2025.

Eduardo Gregório da Rocha
Diretor de Monitoramento

Jobson Wagner Pereira da Silva
Assessor de Comunicação do Município de Timbaúba

APROVADO:

Thaise Milena Silveira Rosendo
Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano



APÊNDICE 05 DO TERMO DE REFERÊNCIA
JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇOS

1. A classificação das propostas será feita de acordo com a média ponderada das valorizações das Propostas Técnicas e de Preços, de acordo com os pesos estabelecidos neste Edital, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{Nota final} = (\text{Nota técnica} \times 0,60) + (\text{Nota de preços} \times 0,40)$$

2. A classificação das Propostas será feita em ordem decrescente considerando os valores das Notas Finais.

3. No caso de empate, a Comissão de Contratação procederá ao sorteio, em sessão pública.

Timbaúba, 16 de julho de 2025.

Eduardo Gregório da Rocha
Diretor de Monitoramento

Jobson Wagner Pereira da Silva
Assessor de Comunicação do Município de Timbaúba

APROVADO:

Thaise Milena Silveira Rosendo
Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano



ANEXO II

BRIEFING

1 - A COMUNICAÇÃO PÚBLICA

A comunicação pública desempenha um papel estratégico e transformador na gestão municipal, sendo um dos principais pilares para aproximar a administração da população. Suas vertentes, como a publicidade institucional e a propaganda de utilidade pública, não apenas informam, mas também engajam, sensibilizam e mobilizam os cidadãos para ações coletivas e mudanças de comportamento.

Mais do que uma ferramenta de divulgação, a comunicação pública é essencial para fortalecer a transparência na prestação de contas, consolidando a confiança da sociedade na gestão. Ela permite que os cidadãos compreendam as ações do governo, suas prioridades e os impactos das políticas públicas em seu cotidiano. Em um cenário de crescente demanda por participação social, uma comunicação eficiente possibilita o diálogo contínuo entre governantes e governados, estimulando o envolvimento da população na construção de soluções para os desafios locais.

Além disso, a comunicação pública atua diretamente na eficácia das políticas municipais. Campanhas bem estruturadas podem impactar positivamente áreas essenciais como saúde, educação, segurança e assistência social. Informações claras sobre vacinação, matrículas escolares, medidas preventivas contra crimes e programas sociais são fundamentais para que os serviços públicos atinjam seu propósito com eficiência.

Outro ponto fundamental é o combate à desinformação. Em tempos de disseminação rápida de notícias falsas, uma gestão municipal que investe em comunicação clara, acessível e confiável garante que o cidadão tenha acesso a informações seguras, evitando distorções que possam comprometer o bem-estar coletivo.

Portanto, uma administração que prioriza a comunicação pública como eixo estratégico não apenas fortalece sua relação com os munícipes, mas também assegura que suas ações sejam compreendidas, valorizadas e multiplicadas, resultando em maior engajamento social e eficiência na implementação de políticas públicas.

2 - VISÃO GERAL DO MUNICÍPIO DE TIMBAÚBA

Timbaúba é um município pernambucano situado na Zona da Mata Norte, que se destaca por sua rica história, dinamismo socioeconômico, diversidade cultural e peculiaridade demográfica. Fundado em 8 de abril de 1879, o município possui raízes profundas que remontam ao período colonial, quando a região desempenhava papel crucial na produção agrícola, especialmente na cultura da cana-de-açúcar, que viria a influenciar fortemente sua economia e identidade.

Contexto Histórico



O nome "Timbaúba" tem origem no tupi, significando "árvore da espuma", uma referência à vegetação nativa e à presença da *Stryphnodendron guianense* na região. Inicialmente, o território fazia parte da Capitania de Itamaracá e, com o tempo, desenvolveu-se a partir de um núcleo de feira instalado às margens de importantes cursos d'água. A transferência da feira para uma fazenda, acompanhada da construção de uma capela em homenagem a Nossa Senhora das Dores, foi um marco na consolidação do povoado. Com a emancipação política no final do século XIX, Timbaúba se firmou como um centro de comércio e produção agrícola, tendo desempenhado um papel relevante no desenvolvimento regional durante o século XX, quando grande parte da população sobrevivia do comércio da rede e de atividades ligadas à indústria do calçado.

Perfil Socioeconômico

A economia de Timbaúba é diversificada e se apoia tanto no agronegócio quanto no comércio. A produção de cana-de-açúcar, que já foi o pilar central da atividade econômica, mantém sua importância, acompanhada pelo cultivo de outros produtos como bananas, cereais e leguminosas, além de uma expressiva atividade pecuária. Essa base agrícola, integrada a um setor comercial dinâmico, fortalece o município como um polo regional, beneficiando não apenas os habitantes locais, mas também as comunidades vizinhas. Dados econômicos indicam que, apesar dos desafios, os setores primário, secundário e terciário se complementam para promover um desenvolvimento sustentável, almejando melhorias contínuas em infraestrutura, saúde e educação.

Aspectos Demográficos

Com uma população que, segundo estimativas recentes, oscila entre 52 mil e 54 mil habitantes, Timbaúba apresenta uma densidade demográfica que reflete tanto a concentração urbana na sede quanto a dispersão nas áreas rurais. Essa distribuição populacional evidencia a importância de políticas públicas que atendam às necessidades específicas de diferentes comunidades, garantindo acesso a serviços essenciais e promovendo o bem-estar social. O índice de desenvolvimento humano (IDH) do município, considerado médio, ressalta o potencial para investimentos que possam elevar a qualidade de vida dos timbaubenses.

Riqueza Cultural

A cultura de Timbaúba é um dos seus traços mais marcantes. A cidade celebra com entusiasmo festas religiosas, manifestações populares e eventos culturais que refletem a tradição nordestina e a herança do período colonial. A influência da religiosidade católica, aliada às tradições orais e aos festejos comunitários, fortalece o senso de identidade e pertencimento entre os habitantes. A música, a dança e o artesanato local são expressões que enriquecem a vivência cultural, enquanto o futebol, representado pelo Timbaúba Futebol Clube, une gerações em torno de uma paixão comum, contribuindo para a coesão social.

Geografia e Localização



Geograficamente, Timbaúba está estrategicamente localizada a cerca de 96 km de Recife, facilitando a integração com a capital e com outras cidades do interior de Pernambuco. O município é delimitado pelo estado da Paraíba ao norte, por Vicência ao sul, por Macaparana a oeste e por Aliança, Ferreiros e Camutanga a leste. O clima predominante é quente, tropical e úmido, e a região é caracterizada por uma vegetação de florestas subcaducifólias, além de ser banhada pelo Rio Goiana, que é fundamental para a irrigação e para as atividades agrícolas.

Considerações Finais

Em síntese, Timbaúba é uma cidade que reúne uma rica tapeçaria histórica, econômica, cultural e demográfica. Sua trajetória, marcada pela tradição agrícola, pelo dinamismo comercial e pela vivência cultural intensa, a posiciona como um importante polo de desenvolvimento regional. Investir em infraestrutura e políticas públicas adequadas pode potencializar ainda mais esse cenário, garantindo que os desafios sejam superados e que o município continue a valorizar e preservar sua identidade única, promovendo o bem-estar de sua população e contribuindo para o progresso de Pernambuco.

3 - PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

O grande desafio para as agências concorrentes neste processo licitatório é o desenvolvimento de uma campanha simulada de conscientização da população sobre os direitos da pessoa idosa, garantindo uma abordagem inovadora, inclusiva e efetiva. A campanha deve transcender a simples transmissão de informações e buscar um impacto real na sociedade, promovendo reflexão, sensibilização e mudança de comportamento.

Para isso, é indispensável que as licitantes demonstrem um profundo entendimento do problema de comunicação envolvido, identificando barreiras culturais, sociais e comportamentais que possam dificultar a disseminação da mensagem. Ao defender seu posicionamento, as concorrentes devem propor uma conceituação clara e estratégica da mensagem principal, assegurando que a comunicação alcance, de forma assertiva, não apenas as pessoas idosas, mas também familiares, cuidadores, profissionais de diversas áreas e a sociedade em geral.

A proposta apresentada deve ser abrangente e consistente, incluindo roteiros, layouts e textos fundamentados nas informações aqui prestadas de forma que contribua para uma melhor visualização e entendimento da campanha. A diversidade de formatos e linguagens é essencial para alcançar diferentes perfis de público, respeitando níveis de escolaridade, hábitos de consumo de mídia e preferências de interação com conteúdos informativos.

Nesse sentido, a comunicação não pode se limitar ao uso exclusivo de mídias massivas ou estratégias criativas baseadas apenas na disseminação de informações. A campanha deve incorporar ações multicanal, explorando desde meios tradicionais, como TV, rádio e impressos, até estratégias digitais inovadoras, como redes sociais, podcasts, plataformas interativas e iniciativas de engajamento comunitário.



A efetividade da campanha dependerá da capacidade de criar um plano integrado de comunicação, que amplifique a exposição da mensagem e garanta acessibilidade e inclusão, respeitando as especificidades da população idosa. O uso de linguagem clara, formatos adaptados para diferentes níveis de letramento digital, audiodescrição, legendagem e libras são aspectos fundamentais para garantir que a comunicação seja verdadeiramente universal e democrática.

Por fim, as agências devem demonstrar não apenas criatividade e qualidade técnica, mas também uma visão estratégica sobre o impacto social da campanha. A proposta vencedora será aquela que melhor traduzir a importância da valorização e do respeito aos direitos da pessoa idosa, promovendo uma mudança de mentalidade na sociedade e fortalecendo o compromisso com a cidadania ativa dessa parcela da população.

4 - COMPREENDENDO O TEMA DA CAMPANHA

DIREITOS DA PESSOA IDOSA

A campanha simulada tem como objetivo central sensibilizar, conscientizar e mobilizar a sociedade sobre a importância de garantir não apenas o respeito e o reconhecimento aos idosos, mas, sobretudo, assegurar plenamente seus direitos sociais e sua participação ativa na sociedade. O envelhecimento é um processo natural e inevitável, e todo cidadão tem o direito de viver essa fase da vida com dignidade, autonomia e qualidade. No entanto, para que isso aconteça, é essencial que haja um esforço contínuo e articulado entre governo, instituições, famílias e a própria comunidade.

Uma gestão pública comprometida com o bem-estar da população idosa deve ir além da oferta de serviços específicos para essa faixa etária. É fundamental promover políticas públicas eficazes, acessíveis e integradas, que garantam direitos fundamentais como saúde, moradia, transporte, acessibilidade, lazer e inclusão digital, permitindo que o idoso se mantenha ativo e independente pelo maior tempo possível.

Nesse contexto, uma campanha publicitária representa uma excelente oportunidade para ampliar o debate e transformar percepções sobre o envelhecimento. Ao abordar essa temática de maneira envolvente e acessível, a campanha pode estimular conversas e reflexões em diferentes espaços, como lares, escolas, comunidades, locais de trabalho e redes sociais, promovendo uma mudança de mentalidade e de atitudes.

É essencial que a campanha vá além da conscientização e tenha um caráter educativo e transformador, incentivando a sociedade a incluir os idosos em sua rotina diária e a reconhecer seu valor na construção da história e no desenvolvimento social. O respeito e a valorização da pessoa idosa devem ser cultivados desde cedo, formando uma cultura de intergeracionalidade, onde diferentes gerações possam conviver e aprender umas com as outras.

Além disso, a campanha deve trazer um alerta fundamental: a denúncia de qualquer forma de violência, negligência ou maus-tratos contra idosos. Muitos idosos enfrentam situações de vulnerabilidade dentro da própria família, em instituições ou em espaços públicos, e a omissão diante dessas violações é um problema sério. A sociedade precisa estar atenta e disposta a agir, seja oferecendo apoio, seja denunciando casos que coloquem a vida e a dignidade dos idosos em risco.



Portanto, essa campanha deve inspirar mudanças concretas, provocar reflexões profundas e engajar a sociedade em um compromisso real com o envelhecimento digno, saudável e respeitoso. Afinal, envelhecer é um direito de todos, e garantir esse direito com qualidade é uma responsabilidade coletiva.

5 – PÚBLICOS-ALVO

A campanha deve ser abrangente e direcionada a toda a população, reforçando que o respeito, a valorização e a garantia dos direitos da pessoa idosa não são apenas responsabilidades individuais, mas um compromisso coletivo que envolve o poder público, a sociedade civil, as famílias e todas as instituições sociais. O envelhecimento é um processo natural da vida, e criar condições para que ele ocorra com dignidade, autonomia e qualidade deve ser uma prioridade permanente.

6 - OBJETIVOS CENTRAIS DA CAMPANHA:

1- Reforçar que a valorização da pessoa idosa deve ser um esforço contínuo e articulado entre a gestão pública e a sociedade.

O poder público tem um papel fundamental na criação e implementação de políticas públicas eficientes, acessíveis e inclusivas, que garantam direitos essenciais como saúde, segurança, mobilidade, acessibilidade, lazer, cultura e participação social. No entanto, essas ações só se tornam realmente eficazes quando contam com o envolvimento e o comprometimento de toda a sociedade. Valorizar a pessoa idosa significa reconhecer sua trajetória, assegurar sua qualidade de vida e promover ambientes acolhedores, onde o respeito e a inclusão estejam presentes no dia a dia.

2 - Estimular uma nova compreensão social sobre o envelhecimento e incentivar a inclusão dos idosos na rotina das famílias.

A campanha deve servir como um marco inicial para a construção e consolidação de uma mentalidade que enxergue o envelhecimento como uma etapa natural, ativa e produtiva da vida. É necessário quebrar estereótipos que associam a velhice à fragilidade ou à inutilidade, e, em seu lugar, promover uma visão positiva do envelhecimento, valorizando a experiência e as contribuições dos idosos para a sociedade.

Além disso, a campanha deve incentivar um novo olhar sobre o papel das famílias no cuidado e na inclusão dos idosos. O suporte familiar é essencial para garantir bem-estar emocional, segurança e qualidade de vida, mas deve ser exercido com respeito à autonomia e à dignidade da pessoa idosa. Incluir os idosos na rotina diária significa escutá-los, valorizá-los, garantir sua participação ativa e promover interações intergeracionais, fortalecendo laços afetivos e sociais.

Portanto, esta campanha não deve ser apenas uma ação pontual de conscientização, mas um convite à mudança de atitude e comportamento. O envelhecimento da população é uma realidade, e a forma como a sociedade lida com essa questão determinará o futuro de todos. Afinal, envelhecer é um direito, e garantir um envelhecimento digno é um dever de todos nós.



7 - RECURSOS E PERÍODO

Para dar materialidade à premissa de comunicação publicitária, a campanha simulada deverá ser planejada com uma duração de 45 dias, abrangendo uma estratégia de comunicação multiplataforma e integrada, capaz de maximizar o impacto da mensagem com eficiência e criatividade.

O desafio proposto exige que as agências concorrentes desenvolvam um plano estratégico de mídia e comunicação, considerando a verba fictícia de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) para cobrir todos os custos de veiculação, mídia, produção de materiais, ações promocionais e iniciativas no media (estratégias fora dos meios tradicionais), caso sejam propostas. Isso exige um uso inteligente dos recursos, priorizando canais e formatos que ofereçam ampla cobertura, engajamento e efetividade na transmissão da mensagem.

A campanha deve equilibrar a presença em mídias tradicionais e digitais, garantindo que a informação chegue a diferentes segmentos da população. Assim, o planejamento deverá contemplar:

☒ Mídia tradicional: Inserções em rádio e TV local, jornais impressos e outdoors estratégicos, priorizando uma distribuição geográfica equitativa dentro do município.

☒ Mídia digital: Campanhas segmentadas em redes sociais (Facebook, Instagram, TikTok e YouTube), tráfego pago para impulsionamento, e criação de conteúdos audiovisuais impactantes.

☒ Ações promocionais e comunitárias: Mobilizações presenciais, rodas de conversa, eventos educativos em escolas e centros comunitários, além de intervenções urbanas criativas para chamar a atenção da população.

☒ No media (ações fora dos canais convencionais): Estratégias inovadoras que ampliem o alcance da campanha, como murais interativos, podcasts, flash mobs e parcerias com influenciadores locais que dialoguem com diferentes públicos.

O objetivo da campanha simulada não é apenas disseminar informações sobre os direitos da pessoa idosa, mas também gerar impacto, sensibilizar e estimular ações concretas. Dessa forma, a proposta vencedora será aquela que demonstrar criatividade, eficiência no uso dos recursos e uma abordagem capaz de transformar a percepção da sociedade sobre a valorização e inclusão dos idosos.

8 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todos os esforços de comunicação, incluindo estratégias inovadoras e integradas, deverão ser contemplados na apresentação da campanha. A abordagem temática precisa ser profunda, demonstrando que as empresas concorrentes não só dominam a problemática apresentada, como também compreendem de forma plena o tema, o público-alvo e os vieses existentes. Essa expertise deve ser evidenciada já no raciocínio estratégico básico, articulando a aplicação criteriosa de ferramentas e atributos



criativos, tais como uma linguagem assertiva, textos publicitários envolventes e uma identidade visual coerente com os valores da campanha.

Cabe frisar que todas as adaptações e customizações devem ser meticulosamente ajustadas de acordo com o formato da peça e o veículo de comunicação escolhido, seja em mídia tradicional ou digital. A proposta deve enfatizar a importância de uma comunicação clara e objetiva, capaz de traduzir os objetivos estratégicos em ações mensuráveis e de impacto real, garantindo que a mensagem alcance de forma eficaz todos os segmentos da população. Essa abordagem integrada reforça o compromisso com a excelência e a eficácia, transformando o discurso em ações concretas e resultados palpáveis.

Timbaúba, 16 de julho de 2025.

Eduardo Gregório da Rocha
Diretor de Monitoramento

Jobson Wagner Pereira da Silva
Assessor de Comunicação do Município de Timbaúba

APROVADO:

Thaise Milena Silveira Rosendo
Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano



ANEXO III

MINUTA DO CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Contrato nº ____/2025
Processo Licitatório nº ____/2025
Concorrência nº ____/2025

TERMO DE CONTRATO QUE ENTRE
SI CELEBRAM A PREFEITURA
MUNICIPAL DE TIMBAÚBA ATRAVÉS
DA SECRETARIA MUNICIPAL DE
PLANEJAMENTO E
DESENVOLVIMENTO URBANO E A
EMPRESA _____, PARA
EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS
CONFORME DISCRIMINADO NESTE
INSTRUMENTO NA FORMA ABAIXO:

Pelo presente instrumento de contrato, de um lado O MUNICÍPIO DE TIMBAÚBA, localizado na Av. Dr. Alcebiádes, nº 276, Centro, Timbaúba, inscrito no CNPJ/MF nº 11.361.904/0001-69, neste ato representado pelo Sr. Prefeito Marinaldo Rosendo de Albuquerque, brasileiro, casado, residente e domiciliado na Rua _____, portador do CPF nº _____, Carteira de Identidade nº _____ SSP/PE, doravante simplesmente CONTRATANTE, e do outro lado a empresa _____, CNPJ nº _____, neste ato representada por _____ residente e domiciliado na _____, CPF nº _____, Carteira de Identidade nº _____, doravante simplesmente CONTRATADO, decidiram as partes contratantes assinar o presente contrato, o qual se regerá pelas cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO FUNDAMENTO LEGAL

1.1. Este contrato decorre da licitação modalidade Concorrência nº ____/2025, processada nos termos Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010; Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021; Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965; Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966; Decreto Federal nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002; e legislação pertinente, consideradas as alterações posteriores das referidas normas, às quais os contratantes estão sujeitos como também às cláusulas deste Contrato, aplicando-se, supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e Disposições de Direito Privado em atenção ao art. 89 da Lei nº 14.133/2021.

CLÁUSULA SEGUNDA- DA DOCUMENTAÇÃO



2.1. São partes integrantes deste Contrato para todos os fins de direito, o processo relativo à CONCORRÊNCIA Nº ____/2025, PROCESSO Nº ____/2025 e todos os seus anexos, assim como a proposta apresentada pela CONTRATADA.

CLÁUSULA TERCEIRA – DO OBJETO

3.1. Constitui objeto deste Contrato a contratação de 01 (uma) agência de publicidade para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, à conceituação, à concepção, à criação, à execução interna, à intermediação e à supervisão da execução externa e à distribuição de publicidade na divulgação das ações do Contratante, bem como orientação social, educativa e informativa aos munícipes de Timbaúba/PE.

3.2. Também integram o objeto deste Contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

3.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade específica de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Timbaúba, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

3.4. Os serviços previstos neste Contrato não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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



3.6. A Contratada atuará por ordem da Contratante, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares descritas acima, e de veículos e demais meios de divulgação para a compra de tempo e/ou espaços publicitários.

3.7. A Contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços objeto desta licitação.

CLÁUSULA QUARTA – DO PRAZO DE VIGÊNCIA

4.1. O prazo de vigência do contrato é de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, nos termos dos art. 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021.

CLÁUSULA QUINTA – DOS RECURSOS FINANCEIROS

5.1. Os recursos necessários para a contratação dos serviços objeto deste Edital são provenientes do Orçamento Geral do Município, exercício 2025, através da Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano, na seguinte classificação orçamentária:

5.2. Se o Município de Timbaúba/PE optar pela prorrogação do Contrato que vier a ser assinado, serão consignados nos próximos exercícios, no Orçamento Geral do Município, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

5.3. O Município de Timbaúba/PE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

CLÁUSULA SEXTA – DO PREÇO E DA FORMA DE PAGAMENTO

6.1. O valor global máximo estimado para execução dos serviços deste Contrato é de **R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais)**, analisando as necessidades de divulgação de ações e atividades educativas.

6.2. O valor do CONTRATO compreende os custos diretos e indiretos decorrentes de sua execução, incluindo tributos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais, seguros, despesas de administração, lucro, eventuais custos com transporte, frete e outras despesas correlatas necessárias ao cumprimento integral do objeto da contratação.

6.3. Pelos serviços prestados, a Contratada será remunerada e ressarcida da seguinte forma:

- a) Valor de CUSTOS INTERNOS, baseado na tabela de preços do SINAPRO/PE - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, já abatido o percentual de desconto sobre os valores da referida tabela, conforme ofertado em sua proposta de preços;



b) Honorários (em percentual), conforme constante na proposta, a serem cobrados ao Contratado, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da Contratada;

6.4. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela Contratada.

6.5. A Contratada se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco – SINAPRO e com os preços correspondentes a serem cobrados do Contratante, conforme previsto na alínea “a” do item 5.1.2, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

6.6. A Contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência, quando da utilização, pelo Contratante, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao Contrato.

6.7. Sobre o valor das faturas de serviços de veiculação que tenham sido contemplados com “desconto de agência” não incidirão os honorários sobre os serviços e suprimentos contratados.

6.8. A Contratada reverterá ao Contratante, parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus, no percentual máximo de cada faixa (2%, 3% ou 5%, conforme o caso), indicada no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS, constante das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, com base no investimento bruto anual em mídia.

6.9. Os honorários sobre os custos comprovados dos serviços autorizados e executados por terceiros não deverão incidir sobre os tributos que forem adicionados aos preços desses serviços.

6.10. A soma da remuneração dos custos internos e dos honorários incidentes sobre serviços de terceiros, não pode ser igual ou superior ao valor de repasse (2%) sobre o valor do investimento em mídia.

6.11. Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pelo Contratante a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de no máximo ____% (____ por cento).

6.12. Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o valor dos direitos autorais de obras consagradas incorporadas a peças publicitárias a ser pago pelo Contratante aos detentores desses direitos será de no máximo ____% (____ por cento).



6.13. A Contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência, quando da utilização das artes produzidas pela Contratante.

6.14. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

6.15. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

6.16. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

6.18. O pagamento será feito diretamente pelo Contratante, no prazo de até 30 (trinta) dias, através de depósito bancário em conta corrente da Contratada, mediante a apresentação da Nota Fiscal/Fatura, e atesto do fiscal da contratação, designado pelo Contratante.

6.19. O pagamento à Contratada corresponderá, ao valor da parte que lhe cabe diretamente, ou seja: custos internos, referentes a criação e finalização de peças publicitárias; honorários, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros (subcontratados) e desconto padrão de agência, conforme preceitua as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas.

6.20. Devem ainda ser observadas por parte do Contratante as seguintes recomendações, no que se refere ao pagamento da Contratada:

- a) Caso ocorra erro ou omissão na fatura ou outra circunstância que desaconselhe o seu pagamento, a Contratada deverá substituí-la, devendo o prazo para pagamento a Contratada, passar a ser contado da data de apresentação da nova fatura;
- b) A devolução da Fatura não aprovada pelo Contratante, por conter incorreções, não poderá servir de pretexto para que a Contratada suspenda a execução dos serviços;
- c) As faturas deverão ser entregues na Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano sob o protocolo, até o 5º (quinto) dia útil do mês seguinte ao da prestação dos serviços faturados;



- d) Após análise técnica feita pelo fiscal da contratação sobre os serviços realizados, que, se aprovadas, as referidas faturas serão atestadas e enviadas ao setor financeiro do Contratante para posterior pagamento;
- e) O Contratante poderá sustar o pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura, no todo ou em parte, caso seja constatado que a Contratada não cumpriu quaisquer das obrigações contratuais assumidas;
- f) Os períodos de atraso por culpa da Contratada e aqueles decorrentes de atrasos nos pagamentos, motivados pela não aprovação dos documentos de cobrança devido a incorreções por parte da Contratada, não serão computados para efeito de atualização monetária de preços;
- g) O pagamento fica condicionado à comprovação da regularidade fiscal, trabalhista e previdenciária da Contratada, devendo esta apresentar, antes de cada pagamento, certidão negativa de débitos, dentro do prazo de validade, junto às Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal, ao FGTS e ao CNDT, sob pena de suspensão de pagamento;
- h) A Contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência, quando da utilização, pelo Contratante, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

6.21. Quando do pagamento, deverá ser efetuada a retenção do imposto sobre a renda, nos termos previstos na Instrução Normativa RFB nº 1.234/2012, e alterações posteriores, ou em norma que venha a substituí-la, além de outras retenções previstas na legislação tributária aplicável.

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

6.23. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, verificados por culpa única e exclusiva do Contratante, fica convencionado que a taxa de atualização financeira será calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$EM = I \times N \times VP$$

Onde:

SIGLA	SIGNIFICADO/DESCRIÇÃO
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
TX	IPCA



I	Índice de atualização financeira, assim apurado: $I = \frac{(TX)}{\frac{100}{365}}$
---	--

6.24. A atualização financeira prevista nesta cláusula será incluída na Nota Fiscal/Fatura do mês seguinte ao da ocorrência.

CLÁUSULA SÉTIMA – DO DESCONTO DE AGÊNCIA

7.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Quarta, a Contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

CLÁUSULA OITAVA – DOS DIREITOS AUTORAIS

8.1. A Contratada deve ceder à Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano os direitos autorais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados, produzidos em decorrência do contrato a ser assinado.

- a) Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo;
- b) O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas no contrato;
- c) Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros;
- d) Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a Contratada solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades;
- e) A Contratada se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) às peças e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

CLÁUSULA NONA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

9.1. Sem prejuízo das obrigações previstas na Lei nº 14.133/2021, a Contratada obriga-se igualmente nos seguintes termos:

- I. A Contratada é responsável pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e civis resultantes da execução do Contrato, no que lhe for afeto.



- II. A Contratada é responsável pelos danos causados diretamente à Administração ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do Contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou acompanhamento pelo órgão interessado.
- III. Operar com organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- IV. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo Contratante.
- V. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao Contratante as vantagens obtidas.
- VI. Pertencem ao Contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da Contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.
- VII. O disposto no inciso VI não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à Contratada, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.
- VIII. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao Contratante, caso este venha a saldar o compromisso antes do prazo estipulado.
- IX. A Contratada não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do Contratante, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.
- X. O desrespeito ao disposto no inciso IX constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da Contratada e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste Instrumento.
- XI. Negociar sempre as melhores condições de preço no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias do Contratante.
- XII. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao Contratante:



- a) Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- b) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no Município ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, com exceção à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado;
- c) A impossibilidade de obter as 03 (três) cotações deverá ser previamente justificada à Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano, por escrito, para decisão sobre a contratação.
- d) Exigir do fornecedor que a cotação seja em papel timbrado e que:
 - d.1) Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
 - d.2) Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

XIII. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a Contratada coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do Contratante.

XIV. A Contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços objeto deste Contrato.

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

XVI. A Contratada deverá adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

XVII. As disposições dos incisos XII ao XV não se aplicam à compra de mídia.

XVIII. Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste Contrato, à prévia e expressa anuência do Contratante.

XIX. A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a Contratada ou seus empregados tenham participação societária, direta ou indireta, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar ao Contratante esse vínculo e obter sua aprovação.

XX. Obter a aprovação prévia do Contratante, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este Contrato.



XXI. A Contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do Contratante, se previamente o identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

XXII. Apresentar ao Contratante, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

XXIII. Apresentar ao Contratante, como alternativa ao inciso XXII, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

XXIV. O estudo de que trata o inciso XXIII deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação do Contratante, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a Contratada.

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

XXVI. Ao final do período de 06 (seis) meses, a Contratada apresentará novo estudo, que vigorará durante os 06 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

XXVII. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no inciso XXIII, o Contratante solicitará novo estudo à Contratada e, em decorrência, poderá realizar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

XXVIII. Encaminhar após a produção dos serviços, para constituir o acervo do Contratante, sem ônus para este:

- a) TV e Cinema: uma cópia em Betacam, uma cópia em DVD e um arquivo em mpeg;
- b) Internet: uma cópia em CD, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;
- c) Rádio: uma cópia em CD, com arquivo áudio e mp3;
- d) Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em CD, com arquivos nas versões aberta – com as fontes e imagens em alta resolução – e finalizada.

XXIX. Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em Betacam com a peça de TV.



XXX. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos após a extinção deste Contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no inciso XXIX.

XXXI. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pelo Contratante.

XXXII. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo Contratante e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no inciso XXVIII.

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

XXXIV. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o Contratante e a Contratada, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

XXXV. Esses relatórios deverão ser enviados pela Contratada ao Contratante até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.

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

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

XXXVIII. Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste Contrato, que envolva o nome do Contratante, mediante sua prévia e expressa autorização.

XXXIX. Prestar esclarecimentos ao Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

XL. Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas nesta Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a



certificação de qualificação técnica de atendimento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

XLII. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

XLIII. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

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

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

XLVI. Apresentar, quando solicitado pelo Contratante, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

XLVII. Executar todos os Contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e o próprio Contratante.

XLVIII. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do Contratante.

XLIX. Responder perante o Contratante e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste Contrato.

L. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o Contratante.

L. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.



LI. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a Contratada adotará as providências necessárias no sentido de preservar o Contratante e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará o Contratante as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

LII. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.

LIII. Não contratar, durante a vigência do CONTRATO, cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente da CONTRATANTE ou de agente público que tenha desempenhado função na licitação ou que atue na fiscalização ou gestão do CONTRATO, nos termos do artigo 48, parágrafo único, da Lei nº 14.133, de 2021.

LIV. Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência da execução do CONTRATO e cumprir a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD), quanto a todos os dados pessoais a que tenha acesso em razão do certame ou do contrato administrativo, independentemente de declaração ou de aceitação expressa.

CLÁUSULA DÉCIMA – DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

10.1. É dever da CONTRATANTE exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela CONTRATADA, em especial:

I. Prestar à CONTRATADA as informações e esclarecimentos que esta vier a solicitar para o desenvolvimento dos trabalhos;

II. Expedir ordem de serviço para o início da execução do CONTRATO, com a antecedência prevista no Termo de Referência ou, em sua ausência, observando prazo razoável para adoção das medidas iniciais a cargo da CONTRATADA;

III. Comunicar, por escrito, à CONTRATADA toda e qualquer ocorrência relacionada com a execução do serviço, inclusive vícios e incorreções, para que sejam corrigidos, no todo ou em parte, às suas expensas;

IV. Acompanhar e fiscalizar a execução do CONTRATO, através de fiscal especialmente designado para este fim;

V. Indicar, formalmente, o gestor do CONTRATO para acompanhamento da execução contratual, utilizando-se dos procedimentos de acompanhamento da execução dos serviços, conforme previsto no Termo de Referência e neste instrumento;



VI. Encaminhar à CONTRATADA os relatórios de acompanhamento da execução dos serviços, devidamente elaborados e assinados pelo fiscal do CONTRATO, com os registros de eventuais falhas verificadas e das medidas corretivas necessárias;

VII. Analisar e atestar as Faturas e Notas Fiscais emitidas e efetuar os respectivos pagamentos nas condições e nos prazos estabelecidos.

VIII. Liberar o pagamento da parcela incontroversa da execução do objeto contratado, quando houver controvérsia sobre a dimensão, qualidade e quantidade do objeto executado.

IX. Aplicar as sanções previstas na lei e neste CONTRATO;

X. Notificar os emitentes das garantias quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais;

XI. Proferir, no prazo de 30 (trinta) dias a contar da data do protocolo do requerimento, admitida a prorrogação motivada desse prazo por igual período, decisão explícita 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.

XII. Responder a eventuais pedidos de reajustamento no prazo máximo de 60 (sessenta) dias e aos pedidos de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro no prazo máximo de 90 (noventa) dias, contados a partir da instrução completa do requerimento.

XIII. Cumprir a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD), quanto a todos os dados pessoais a que tenha acesso em razão do certame ou do contrato administrativo, independentemente de declaração ou de aceitação expressa.

XIV. Comunicar à CONTRATADA qualquer alteração posterior do projeto feita pela CONTRATANTE, na situação descrita no art. 93, §3º, da Lei nº 14.133, de 2021.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

11.1. O Contratante fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao solicitado ou especificado.

11.2. Será nomeado Gestor e Fiscal, para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a Contratada, objetivando sua imediata correção.



11.3. A fiscalização pelo Contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da Contratada pela perfeita execução dos serviços objeto deste Contrato.

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

11.5. A Contratada adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o Contratante.

11.6. A autorização, pelo Contratante, dos planos de mídia e dos serviços executados pela Contratada ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

11.7. A ausência de comunicação por parte do Contratante, referente a irregularidade ou falhas, não exime a Contratada das responsabilidades determinadas neste Contrato.

11.8. A Contratada permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência do Contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

11.9. O Contratante irá realizar o acompanhamento de todos os serviços objeto deste Contrato, juntamente com representante credenciado pela Contratada.

11.10. O Fiscal do Contrato deverá ter pleno conhecimento do Contrato e das demais condições constantes do Edital e seus anexos, tendo, entre outras, as seguintes atribuições:

- a) Fiscalizar a regularidade e adequação dos serviços prestados, de acordo com as especificações previstas no Termo de Referência, e elaborar relatórios de acompanhamento, com os registros de eventuais falhas verificadas e das medidas corretivas necessárias.
- b) Disponibilizar toda a infraestrutura necessária para execução dos serviços na forma e nos prazos definidos no Contrato e demais anexos do Edital.
- c) Reunir-se com o preposto da Contratada, visando a estabelecer as estratégias da execução do objeto, bem como traçar metas de controle, fiscalização e acompanhamento do Contrato.
- d) Exigir da Contratada o fiel cumprimento de todas as condições contratuais assumidas, na forma prevista no Contrato.
- e) Comunicar ao Gestor do Contrato a necessidade de alterações do quantitativo do objeto ou modificação da forma de sua execução, em razão de fato superveniente.



f) Recusar serviço prestado de forma irregular, não aceitando execução diversa daquela que se encontra especificada no Termo de Referência e demais anexos.

g) Solicitar à Contratada justificativa para eventuais serviços não realizados ou realizados inadequadamente, podendo assinalar prazo para correções de eventuais falhas verificadas, conforme avaliação da execução dos serviços.

h) Atestar as Notas Fiscais/Faturas apresentadas pela Contratada, encaminhando-as ao Gestor do Contrato para que seja providenciado o pagamento.

i) Verificar a manutenção das condições de habilitação da Contratada, acompanhar o empenho, o pagamento, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

j) Comunicar ao Gestor do Contrato, em tempo hábil, a iminência do término do Contrato sob sua responsabilidade, com vistas à renovação tempestiva ou à prorrogação contratual.

k) Comunicar por escrito ao Gestor do Contrato as faltas cometidas pela Contratada que sejam passíveis de aplicação de penalidade.

11.11. São atribuições do Gestor do Contrato:

a) Acompanhar e observar o cumprimento das cláusulas contratuais.

b) Analisar relatórios e documentos enviados pelo Fiscal do Contrato.

c) Solicitar abertura de processo administrativo visando à aplicação da penalidade cabível, garantindo a defesa prévia à Contratada.

d) Propor aplicação de sanções administrativas pelo descumprimento das cláusulas contratuais apontadas pelo Fiscal do Contrato.

e) Providenciar o pagamento das notas fiscais/faturas emitidas pela Contratada, e atestadas pelo Fiscal do Contrato, mediante a observância das exigências contratuais e legais.

f) Apurar o percentual de desconto ou glosas da fatura correspondente, em virtude de serviços total ou parcialmente não executados no período de faturamento considerado, por motivos imputáveis à Contratada.

g) Manter controle atualizado dos pagamentos efetuados.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA GARANTIA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

12.1. A Contratada prestará garantia de execução contratual, no percentual de 5% (cinco por cento) do valor total do Contrato, nos termos dos artigos 96 a 98 da Lei nº 14.133/2021.

12.2. A licitante vencedora deverá apresentar, na data de assinatura do Contrato, Garantia Contratual, através de caução em dinheiro, ou Títulos da Dívida Pública, ou Seguro Garantia, ou Fiança Bancária, ou Título de Capitalização, estipulada em 5% (cinco por cento) do valor total do Contrato.



12.3. Os Títulos da Dívida Pública devem ser emitidos em forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda, (conforme art. 96 da Lei nº 14.133/2021).

12.4. Optando pela modalidade “caução em dinheiro,” esta deverá ser prestada, através de depósito bancário em conta a ser fornecida pela Secretaria de Finanças, em momento oportuno.

12.5. Optando por fiança bancária ou seguro garantia, o beneficiário será o Município de Timbaúba.

12.6. Se o proponente vencedor optar pelo Seguro Garantia ou Fiança Bancária deverá apresentar ao Setor Financeiro do Município de Timbaúba os respectivos termos para aprovação prévia, ressaltando que não serão aceitas quaisquer cláusulas restritivas ou que dificultem ou imponham condições a obtenção pelo Contratante da garantia em caso de inadimplência.

12.7. Nas modalidades “fiança bancária ou seguro garantia”, somente serão aceitas aquelas que tenham em anexo a comprovação dos poderes das pessoas físicas signatárias dos documentos.

12.8. Cumprindo fielmente o Contrato, a garantia prestada será restituída à Contratada, descontados eventuais débitos que esta vier a ter com o Contratante.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DO RECEBIMENTO DO OBJETO CONTRATUAL

13.1. Executada a presente contratação e observadas as condições de adimplemento das obrigações pactuadas, os procedimentos e condições para receber o seu objeto pelo Contratante obedecerão, conforme o caso, às disposições do art. 140, da Lei nº 14.133/2021.

13.2. Por se tratar de serviço, a assinatura do termo detalhado de recebimento provisório, se dará pelas partes, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico, até 15 (quinze) dias da comunicação escrita do Contratado. No caso do termo detalhado de recebimento definitivo, será emitido e assinado pelas partes, apenas após o decurso do prazo de observação ou vistoria, que comprove o atendimento das exigências contratuais, não podendo esse prazo ser superior a 90 (noventa) dias, salvo em casos excepcionais, devidamente justificados.

13.3. Serão designados pelo ORC representantes com atribuições de Gestor e Fiscal do respectivo Contrato, nos termos da norma vigente, especialmente para acompanhar e fiscalizar a sua execução, respectivamente, permitida a contratação de terceiros para assistência e subsídio de informações pertinentes a essas atribuições.



CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD:

14.1. As partes contratantes deverão cumprir a Lei nº 13.709/2018, que é a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais LGPD, quanto a todos os dados pessoais a que tenham acesso em razão deste contrato, independentemente de declaração ou de aceitação expressa.

14.2. 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 Lei nº 13.709/2018.

14.3. É vedado o compartilhamento com terceiros de qualquer dado obtido, fora das hipóteses permitidas em Lei.

14.4. Constitui atribuição do Contratado orientar e treinar seus empregados, quando for o caso, sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.

14.5. O Contratante deverá ser informado, no prazo de cinco dias úteis sobre todos os contratos de suboperação firmados ou que venham a ser celebrados pelo Contratado.

14.6. O Contratado deverá exigir de suboperadores e subcontratados o cumprimento dos deveres da presente cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.

14.7. O Contratante poderá realizar diligência para aferir o cumprimento desta cláusula, devendo o Contratado atender prontamente eventuais pedidos de comprovação formulados.

14.8. O Contratado deverá prestar, no prazo fixado pelo Contratante, prorrogável mediante justificativa, quaisquer informações acerca dos dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.

14.9. Terminado o tratamento dos dados nos termos do art. 15, é dever do Contratado eliminá-los, com exceção das hipóteses do art. 16, ambos da Lei 13.709/18, 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.

14.10. Bancos de dados formados a partir da execução do objeto deste contrato, notadamente aqueles que se proponham a armazenar dados pessoais, devem ser mantidos em ambiente virtual controlado, com registro individual rastreável de tratamentos realizados, conforme art. 37, da Lei nº 13.709/2018, com cada acesso, data, horário e registro da finalidade, para efeito de responsabilização, em caso de eventuais omissões, desvios ou abusos. Os referidos bancos de dados devem ser desenvolvidos em formato interoperável, a fim de garantir a reutilização desses dados pelo Contratante nas hipóteses previstas na LGPD.



14.11. O presente contrato está sujeito a alterações nos procedimentos pertinentes ao tratamento de dados pessoais, quando indicado pela autoridade competente, em especial a Autoridade Nacional de Proteção de Dados, por meio de opiniões técnicas ou recomendações, editadas na forma da LGPD.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA ALTERAÇÃO E EXTINÇÃO

15.1. Este contrato poderá ser alterado com a devida justificativa, unilateralmente pelo Contratante ou por acordo entre as partes, nos casos e condições previstas nos artigos 124 a 136 e sua extinção, formalmente motivada nos autos do processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa, ocorrerá nas hipóteses e disposições dos artigos. 137 a 139, todos da Lei 14.133/2021.

15.2. Nas alterações unilaterais a que se refere o inciso I, do caput do art. 124, da Lei 14.133/2021, o Contratado será obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem nos serviços, de até o respectivo limite fixado no art. 125, do mesmo diploma legal, do valor inicial atualizado do contrato. Nenhum acréscimo ou supressão poderá exceder o limite estabelecido, salvo as supressões resultantes de acordo celebrado entre os contratantes.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DAS PENALIDADES

16.1. A licitante ou a Contratada será responsabilizado administrativamente, facultada a defesa no prazo legal do interessado, pelas infrações previstas no art. 155, da Lei nº 14.133/2021 e serão aplicadas, na forma, condições, regras, prazos e procedimentos definidos nos artigos 156 a 163, do mesmo diploma legal, as seguintes sanções:

- a) advertência aplicada exclusivamente pela infração administrativa de dar causa à inexecução parcial do Contrato, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave;
- b) multa de mora de 0,5% (zero vírgula cinco por cento) aplicada sobre o valor do Contrato, por dia de atraso injustificado na execução do objeto da contratação;
- c) multa de 10% (dez por cento) sobre o valor do Contrato por qualquer das infrações administrativas previstas no referido art. 155;
- d) impedimento de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo que tiver aplicado a sanção, pelo prazo de dois anos, aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos incisos II, III, IV, V, VI e VII do caput do referido art. 155, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave;
- e) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo de cinco anos, aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos incisos VIII, IX, X, XI e XII do caput do referido art. 155, bem como pelas infrações administrativas previstas nos incisos II, III, IV, V, VI e



VII do caput do mesmo artigo que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção referida no § 4º do referido art. 156;

f) aplicação cumulada de outras sanções previstas na Lei nº 14.133/2021.

16.2. Se o valor da multa ou indenização devida não for recolhido no prazo de 15 (quinze) dias após a comunicação ao Contratado, será automaticamente descontado da primeira parcela do pagamento a que o Contratado vier a fazer jus, acrescido de juros moratórios de 1% (um por cento) ao mês, ou, quando for o caso, cobrado judicialmente.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DOS CASOS OMISSOS

17.1. Os casos omissos serão decididos pelo Contratante, segundo as disposições contidas na Lei nº 14.133/2021, e demais normas aplicáveis, e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor) e nas normas e princípios gerais dos contratos

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DA PUBLICAÇÃO

18.1. Nos termos do art. 94 da Lei nº 14.133/2021, o presente instrumento contratual será publicado no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) em até 20 (vinte) dias úteis contados da data de sua assinatura, bem como no sítio eletrônico oficial do Município como condição de sua eficácia.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – DO FORO E DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

19.1. Fica eleito o Foro da Comarca de Timbaúba/PE para dirimir os litígios decorrentes deste Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação, obedecidos os termos do art. 92, §1º, da Lei 14.133/2021.

19.2. E, para firmeza e como prova de assim haverem entre si ajustado e contratado, foi lavrado o presente instrumento contratual, o qual depois de lido e achado conforme, foi assinado pelas partes contratantes.

Timbaúba, ____ de _____ de 2025.

Marinaldo Rosendo de Albuquerque
Prefeito

CONTRATADA



TESTEMUNHAS:

01. _____
NOME - CPF/MF

02. _____
NOME - CPF/MF



**ANEXO IV
DECLARAÇÕES**

Ao
MUNICÍPIO DE TIMBAÚBA - PE
Ref: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2025.

(Nome da Empresa)
CNPJ/MF

Nº

_____, sediada.

(Endereço Completo)

1. DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DAS CONDIÇÕES DE HABILITAÇÃO

Declaramos, sob as penas da lei e para os fins requeridos no Inciso I, do artigo 63, da Lei Federal nº 14.133/21, que cumprimos plenamente com os requisitos de habilitação exigidos neste Edital. O declarante responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei;

2. DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE

Declaramos, sob as penas da Lei, que na qualidade de proponente do procedimento licitatório, que não fomos declarados inidôneos para licitar ou contratar com o Poder Público, em qualquer de suas esferas.

3. DECLARAÇÃO DE FATOS IMPEDITIVOS

Declaramos, sob as penas da Lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no presente processo, que não há sanções vigentes que legalmente proibam a participante de licitar e/ou contratar com o contratante e que está ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

4. DECLARAÇÃO DE NÃO EMPREGO DE MENORES EM OBSERVÂNCIA AO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO ART. 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.

Declaramos, sob as penas da lei, que não possuímos, em nosso Quadro de Pessoal, empregados menores de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e em qualquer trabalho, menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo na



condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, em observância ao disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

OBS.

Se a empresa licitante possuir menores de 14 anos aprendizes deverá declarar essa condição.

5. MODELO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA, EMPRESA DE PEQUENO PORTE E MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS.

Declaramos, sob as penas da lei, que estamos enquadrados na condição de **MICROEMPRESA – ME OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE – EPP OU MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL**, constituídas na forma da **LEI COMPLEMENTAR Nº 123, de 14/12/2006**.

Declaramos que atendemos aos limites de compromissos contratuais fixados no art. 4º, §§ 2º e 3º da Lei 14.133/2021, estando apta a usufruir o tratamento favorecido estabelecido na Lei Complementar nº 123, de 2006 e neste edital, cujo tratamento favorecido aplica-se uniformemente às microempresas, às empresas de pequeno porte e às sociedades cooperativas previstas no art. 34 da lei 11.488/2007.

Declaramos ainda, sob as penas da lei e para os devidos fins, não haver nenhum dos impedimentos previstos no § 4º, do artigo 3º da Lei Complementar nº 123/2006 e que cumprimos todas as condições estabelecidas no Edital.

6. DECLARAÇÃO DE RESPONSABILIDADE

Declaramos, sob as penas da lei, que tomamos conhecimento do Edital e de todas as condições de participação na Licitação nos comprometemos a cumprir todos os termos do Edital.

7. DECLARAÇÃO DE PARENTESCO

Declaramos, sob as penas da lei, de que os sócios não são cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, inclusive, de servidor investido em cargo de direção ou assessoramento, bem como dos membros ocupantes de cargos de direção ou no exercício de funções administrativas, assim como de servidores ocupantes de cargos de direção, chefia e assessoramento vinculação hierárquica da área encarregada da licitação.

8. DECLARAÇÃO DE RESERVA DE CARGO



Declaramos, sob as penas da lei, que cumprimos as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específica;

9. DECLARAÇÃO DE CADEIA PRODUTIVA

Declaramos, sob as penas da lei, que não possuímos em nossa sua cadeia produtiva, empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal, bem como no art. 14, inciso VI da Lei nº 14.133/2021.

10. DECLARAÇÃO DE VISTORIA

Declaramos, sob as penalidades da lei, que tomamos conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação.

Por ser verdade, firmamos o presente.

LOCAL E DATA

**NOME E ASSINATURA DO REPRESENTANTE/PROCURADOR DA
EMPRESA**