



EDITAL
CONCORRÊNCIA Nº 2025.09.15.2

PARTE ESPECÍFICA (QUADRO DE RESUMO)

1.MODALIDADE:	2.FORMATO:	3.Nº DO PROCESSO:	4.ENDEREÇO/LOCAL DAS SESSÕES:	5.CÓDIGO DA UASG:	6.NÚMERO NO COMPRAS.GOV.BR (para fins de informação):
CONCORRÊNCIA	PRESENCIAL	2025.09.15.2	Setor de Licitações e Contratos – Av. Presidente Branco, nº 5100 – Centro - Horizonte/CE	981253	90099/2025

7.OBJETO:

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS NECESSARIAMENTE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA DE INTERESSE DAS DIVERSAS SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE.

8.DATA DA ABERTURA:	9.HORA DA ABERTURA:	10.TIPO:	11.CRITÉRIO DE JULGAMENTO:	12.MODO DE DISPUTA:
13 DE NOVEMBRO DE 2025	09:00H	MELHOR TÉCNICA	GLOBAL	FECHADO
REFERÊNCIA DE TEMPO: PARA TODAS AS REFERÊNCIAS DE TEMPO UTILIZADAS SERÁ OBSERVADO O HORÁRIO DE BRASÍLIA/DF.				

13.LICITAÇÃO EXCLUSIVA PARA ME E EPP?	14.TIPO DE EXECUÇÃO:	15.PRAZO DE EXECUÇÃO:	16.VIGÊNCIA DO CONTRATO:	17.REGIME DE EXECUÇÃO:
NÃO	INDIRETA	12 (DOZE) MESES, PRORROGÁVEL.	12 (DOZE) MESES, PRORROGÁVEL.	EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO

18.ESPECIFICIDADES DO PROCEDIMENTO:

As particularidades pertinentes ao objeto serão aquelas definidas no projeto básico e seus anexos.

19.ÓRGÃOS COMPETENTES:

- SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO
- GABINETE DO PREFEITO
- SECRETARIA DE EDUCAÇÃO
- SECRETARIA DE SAÚDE
- SECRETARIA DE FINANÇAS
- SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO
- SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA, IGUALDADE E DESENVOLVIMENTO SOCIAL
- FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
- SECRETARIA DE INFRAESTRUTURA, OBRAS PÚBLICAS E RECURSOS HÍDRICOS
- SECRETARIA DE SEGURANÇA, CIDADANIA, TRÂNSITO E TRANSPORTE
- SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER
- SECRETARIA DE URBANISMO E AGROPECUÁRIA
- SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO
- AUTARQUIA DE MEIO AMBIENTE – AMMAH



PREFEITURA DE
HORIZONTE
O TRABALHO CONTINUA

20. DOS ATENDIMENTOS, PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS, IMPUGNAÇÕES, RECURSOS E VISTAS AO PROCESSO:

Todos os **atendimentos** e demais tratativas com o(a) Agente de Contratação serão realizados **exclusivamente** por meio virtual, mediante pedido formal a ser enviado através do e-mail: licitacao@horizonte.ce.gov.br, assim como os **pedidos de esclarecimentos, impugnações, recursos e pedidos de vistas aos autos**, nos termos consignados no presente edital.

21. OBSERVAÇÕES IMPORTANTES E OBSERVÂNCIA OBRIGATÓRIA:

- 1) O presente edital se apresenta em duas partes (parte específica e parte geral), onde, na parte específica serão disciplinadas as definições singulares do objeto, qualificação técnica específica, peculiaridades e demais disposições do julgamento. Já na parte geral teremos as demais condições e entendimentos padronizados relativos ao procedimento.
- 2) Existindo divergência entre as informações constantes da parte específica (quadro resumo) e dos demais campos do edital e seus anexos (parte geral), prevalecerão as informações constantes da parte específica.
- 3) Havendo discrepância entre os textos constantes do edital e seus ANEXOS, inclusive quanto a especificação dos produtos, unidades e demais detalhamentos ante aqueles constantes da plataforma COMPRAS.GOV.BR prevalecerão as informações constantes do edital e seus ANEXOS.
- 4) O Decreto Municipal nº 450, de 28 de dezembro de 2023 e suas alterações (Decreto Municipal nº 482/2024, de 07 de março de 2024) é parte integrante desse instrumento, assim como, todas as normativas complementares e regulamentadoras das contratações públicas desse município. As normas poderão ser visualizadas no seguinte endereço eletrônico www.horizonte.ce.gov.br e no Diário Oficial do Município - DOM (28 de dezembro de 2023 - Ano I | Edição nº 119 A - Página. 02 a 218) e (08 de março de 2024- Ano II | Edição nº 164 – Página 2 e 3).



EDITAL
CONCORRÊNCIA Nº 2025.09.15.2

PARTE GERAL

PREÂMBULO

A **PREFEITURA MUNICIPAL DE HORIZONTE**, por meio da Agente de Contratação, designada pela Portaria 1.470/2025 e por ordem da autoridade competente deste processo a qual consta acima relacionada, torna público, para conhecimento dos interessados, que se encontra aberto processo licitatório, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, em formato **PRESENCIAL Nº 2025.09.15.2**, do tipo e critério de julgamento assinalados no quadro resumo acima, do modo e nas condições fixadas no quadro de resumo inicial, a ser realizado em sessão pública no local e horário marcados, dará início aos procedimentos de abertura do certame e demais atos atinentes ao processo, tudo mediante as condições estabelecidas e exigências previstas no presente Edital, na Lei Federal n.º 14.133, de 1º de abril de 2021, no Decreto Municipal nº 450, de 28 de dezembro de 2023 e suas alterações (Decreto Municipal nº 482/2024, de 07 de março de 2024 da Prefeitura Municipal de HORIZONTE) e nas demais normas complementares.

A parte geral do presente edital é subdividida em duas outras partes, conforme a seguir apresentadas:

SUBPARTE A – CONDIÇÕES PARA COMPETIÇÃO, JULGAMENTO E ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO.

Em que são estabelecidos os requisitos e as condições para competição, julgamento e formalização do contrato.

SUBPARTE B – ANEXOS

ANEXO I – Modelo da Proposta de Preços;

ANEXO II – Minuta do Contrato;

ANEXO III – Projeto Básico e seus anexos.

1. DO OBJETO

1.1. A presente licitação tem como objeto a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS NECESSARIAMENTE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA DE INTERESSE DAS DIVERSAS SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE**, tudo conforme especificações contidas no Projeto Básico e seus anexos.

2. DAS FASES DO PROCESSO LICITATÓRIO

2.1. Esta licitação observará as seguintes fases, em sequência:

- 2.1.1.** Recebimento dos documentos de credenciamento dos prepostos dos licitantes, dos envelopes;
- 2.1.2.** Recebimento das propostas e dos documentos de habilitação;
- 2.1.3.** Julgamento das propostas técnicas;
- 2.1.4.** Entrega da proposta de preços;
- 2.1.5.** Julgamento final das propostas técnicas;
- 2.1.6.** Entrega dos documentos de habilitação;
- 2.1.7.** Análise dos documentos de habilitação;
- 2.1.8.** De julgamento;



2.1.9. Recursal;

2.1.10. De Adjudicação e homologação.

2.2. Na presente licitação, a fase de habilitação antecederá as fases de apresentação de propostas e de julgamento, consoante disposição e justificativa contida do projeto básico e seus anexos.

2.3. Os licitantes que desejarem poderão se fazer presentes no dia e hora marcados para fins de participação na sessão ou se preferirem podem protocolar seus envelopes, conforme critério de julgamento adotado neste Edital, até a data e o horário estabelecidos para abertura da sessão pública.

2.4. Caberá ao licitante interessado em participar da licitação, acompanhar as fases do procedimento durante o processo licitatório e se responsabilizar pelo ônus decorrente da perda de negócios diante da inobservância de comunicados e decisões proferidas pela Administração.

3. DAS CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO

3.1. PODERÃO PARTICIPAR DESTA LICITAÇÃO:

3.1.1. Quaisquer interessados na forma de **PESSOA JURÍDICA:**

3.1.1.1. Cadastrados ou não no Cadastro de Fornecedores da Prefeitura Municipal de HORIZONTE e que satisfaçam a todas as condições da legislação em vigor e deste edital.

3.1.1.2. Orienta-se que os fornecedores possuam cadastro no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF para fins de eventual consulta.

3.1.1.2.1. Os interessados preferencialmente atenderão às condições exigidas no cadastramento no SICAF até a data prevista para recebimento dos envelopes.

3.1.1.2.2. A proponente que participar desta licitação com suas condições de habilitação vinculadas ao documento SICAF, obriga-se a declarar, sob as penalidades da lei, a superveniência de fato impeditivo de sua habilitação.

3.1.1.3. Que possua objetivos sociais / ramo de atividade compatível com o objeto da licitação, devendo, ainda, cumprir as legislações próprias quanto à forma de constituição do tipo de empresa.

3.1.1.4. O licitante responsabiliza-se exclusiva e formalmente pelas transações efetuadas em seu nome, assume como firmes e verdadeiras suas propostas, inclusive os atos praticados diretamente ou por seu representante, excluindo a responsabilidade do provedor do sistema ou do órgão ou entidade promotora da licitação por eventuais danos decorrentes de uso indevido das credenciais de acesso, ainda que por terceiros.

3.1.1.5. É de responsabilidade do cadastrado conferir a exatidão dos seus dados cadastrais nos Sistemas relacionados no item anterior e mantê-los atualizados junto aos órgãos responsáveis pela informação, devendo proceder, imediatamente, a correção ou a alteração dos registros tão logo identifique incorreção ou aqueles se tornem desatualizados.

3.2. NÃO PODERÃO PARTICIPAR DESTA LICITAÇÃO:

3.2.1. Aquele que não atenda às condições deste Edital e seu(s) anexo(s);

3.2.2. O autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre serviços a ele relacionados;

3.2.3. O responsável pela elaboração do projeto básico ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre serviços a ela necessários;

3.2.4. Em consórcio, grupos ou associações de empresas, bem como cooperativas, visando mitigar riscos operacionais, reduzir custos de gestão da contratante e inibir eventuais transferências de responsabilidades entre as empresas consorciadas;



3.2.5. Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição (Acórdão nº 746/2014-TCU-Plenário);

3.2.6. Instituições sem fins lucrativos, qualificadas na forma dos arts. 5º a 7º da Lei nº 9.637/1998, exceto se o objeto desta licitação se inserir entre as atividades previstas no contrato de gestão firmado entre o Poder Público e a organização social (Acórdão nº 1.406/2017-TCU-Plenário).

3.2.7. Pessoa jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção de suspensão temporária de participação em licitação, impedimento de contratar com a Prefeitura Municipal de HORIZONTE, tenham sido declaradas inidôneas e estejam impedidas de licitar ou contratar com a Administração Pública Federal, Estadual e Municipal, que estejam cadastradas positivamente no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores (SICAF), no cadastro Consolidado de Pessoa Jurídica do TCU, no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas (CEIS), no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP);

3.2.8. Aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

3.2.9. Empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

3.2.10. Pessoa jurídica que, nos 05 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista;

3.2.11. Que tenham em comum mesmo preposto ou procurador;

3.2.12. Os interessados que se encontrem em processo de falência decretada ou em processo de dissolução, de fusão, de cisão ou de incorporação;

3.2.12.1. **É permitida a participação de empresa em condição de recuperação judicial desde que amparada em certidão emitida pela instância judicial competente, que certifique que a interessada está apta econômica e financeiramente a participar de procedimento licitatório nos termos do acórdão nº 1.201/2020 do TCU;**

3.2.13. Empresas cujos dirigentes, gerentes, sócios ou componentes de seu quadro técnico sejam funcionários ou empregados públicos da Administração Pública Municipal de Horizonte Direta ou Indireta;

3.2.14. Empresas estrangeiras não autorizadas a funcionar no País;

3.2.15. Empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto desta licitação.

4. PARÂMETROS DOS DOCUMENTOS A SEREM APRESENTADOS NO PROCEDIMENTO.

4.1. Obrigatoriamente, os documentos deverão ser da mesma sede e igualdade de CNPJ, ou seja, se da matriz, todos da matriz, se de alguma filial, todos da mesma filial, com exceção dos documentos que são válidos tanto para matriz como para todas as filiais. O contrato será celebrado com a sede que apresentou a documentação.

4.2. É dever da proponente atualizar previamente os documentos para que estejam vigentes na data da abertura da sessão pública.

4.3. Toda a documentação exigida deverá ser apresentada em original, contendo os dados para fins de validação, ou por qualquer processo de reprografia, obrigatoriamente autenticada, seja em cartório, seja por meio do permissivo da Lei nº 13.726, de 8 de outubro de 2018.

4.4. Caso esta documentação tenha sido emitida pela internet, só será aceita após a confirmação de sua autenticidade. Os documentos serão preferencialmente assinados em formato eletrônico, através de meio digital, desde que possuam possibilidade de verificação de conformidade, nos termos regulados pelo ICP-Brasil.



5. DA REPRESENTAÇÃO, CREDENCIAMENTO E ENTREGA DOS ENVELOPES:

5.1. Cada proponente apresentar-se-á com apenas um representante que, devidamente munido de **DOCUMENTAÇÃO HÁBIL DE REPRESENTAÇÃO E CREDENCIAMENTO**, o qual será o único admitido a intervir nas fases de procedimento licitatório e que venha a responder por sua representada, devendo ainda, no ato de entrega dos envelopes, identificar-se exibindo a carteira de identidade ou outro documento equivalente.

5.2. O licitante deverá se apresentar para fins de representação e credenciamento junto a agente de contratação mediante:

- a) Procuração pública ou particular para a presente licitação, constituindo o representante, que declare expressamente seus poderes para a devida outorga;
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social **consolidado** em vigor ou ato constitutivo, estatuto ou contrato social e seus aditivos da empresa a ser representada;
- c) Documento oficial de identificação (com foto) válido na forma da lei.

5.3. A não apresentação ou incorreção dos documentos de que trata o subitem anterior não implicará na inabilitação da licitante, mas impedirá o representante de se manifestar e responder pela mesma na sessão correspondente, ou até o momento que a referida comprovação puder ser verificada na fase seguinte, ou seja, na fase de habilitação.

5.4. Todos os documentos necessários à participação na presente fase deverão ser apresentados em original, cópia autenticada por cartório competente, publicação em Órgão Oficial ou autenticada pela agente de contratação, mediante apresentação dos originais.

5.5. A qualquer momento o proponente poderá substituir o representante já nomeado para responder pela mesma, desde que seja atendido a todas as exigências citadas no item 4 deste edital.

5.6. Os interessados em participar do presente processo licitatório, que não queiram se fazer presente na sessão de recebimento dos documentos, bem como, não comprovem os poderes necessários a condições de representação, poderão protocolar os envelopes tratados nesse edital, sendo:

- a) No protocolo do Setor de Licitações e Contratos, junto ao(a) Agente de Contratação, antes do início dos trabalhos da sessão, mediante apresentação de documento oficial de identificação (com foto) válido do responsável pela entrega, bem como, assinatura de termo correspondente, ou;
- b) Durante os trabalhos da sessão, mediante apresentação de documento oficial de identificação (com foto) válido do responsável pela entrega, sendo constado tal ato na ata da sessão, ou;
- c) Mediante remessa por via postal;

5.7. O interessado em participar deverá conhecer todas as condições estipuladas no presente Edital para o cumprimento das obrigações do objeto da licitação e apresentação dos documentos exigidos. A participação na presente licitação implicará na total aceitação a todos os termos e integral sujeição à legislação aplicável, notadamente à Lei 14.133/21 e Lei Nº 12.232/2010.

5.8. Na hipótese de não haver expediente na data designada para a realização do ato, este será realizado no primeiro dia útil subsequente, no mesmo local e hora.

5.9. Este Edital e seus elementos constitutivos, poderá ser obtido através do endereço eletrônico <http://municipios.tce.ce.gov.br/licitacoes/>.

5.10. A agente de contratação e a Comissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei 14.133/2021.

5.11. As propostas técnicas e as propostas de preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à agente de contratação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos demais itens a seguir.



6. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à agente de contratação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

6.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3 deste Edital.

6.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela agente de contratação, a ser retirado, exclusivamente, pelas agências que o solicitarem formalmente no Setor de Licitações e Contratos, situada na Avenida Presidente Castelo Branco, Nº 5100, Centro, Horizonte, Ceará, CEP 62.880-060, de segunda a sexta-feira, das 08h às 12h.

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

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

Invólucro nº 2

6.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 7.4 deste Edital.

6.1.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

À
PREFEITURA MUNICIPAL DE HORIZONTE
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº [N DO PROCESSO]
INVÓLUCRO “2” – PROPOSTA TÉCNICA: PLANO
DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA
IDENTIFICADA
PROPONENTE/CNPJ:

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

Invólucro nº 3

6.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 7.5, 7.9 e 7.9 deste Edital.

6.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

À
PREFEITURA MUNICIPAL DE HORIZONTE
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº [N DO PROCESSO]



INVÓLUCRO “3” – PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA
PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO PROPONENTE/CNPJ:

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

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

7. FORMA DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

7.1.2. A proposta técnica será apresentada em três vias digitais distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante;

7.1.3. O Plano de Comunicação será apresentado em duas vias digitais, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

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

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 7.2.2 deste Edital;
- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;



h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 7.2.1, 7.2.2 e 7.2.3 deste Edital;

i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

j) sem identificação da licitante.

7.2.1. As especificações do subitem 7.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 7.3.3 e à indicação prevista no subitem 7.3.3.3.6 deste Edital.

7.2.2. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

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

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 7.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

7.2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I - ser editados em cores;

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

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

7.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 7.2 deste Edital.

7.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro no 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 6.1.1.2 e 22.2.1 e no subitem 22.2.1.1 deste Edital.

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

7.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 7.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

7.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 6.1.1.2 e 22.2.1 e no subitem 22.2.1.1 deste Edital.

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

7.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 7.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 7.2, no que couber

7.3. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo III), observadas as seguintes orientações:

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

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

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

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



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

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

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

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;
- b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 7.3.3.3 deste Edital.

7.3.3.1. A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 7.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta

7.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 7.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 7.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

7.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 7.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

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

7.3.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 7.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro no 1 poderão ser dobradas.

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

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

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

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

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

7.3.3.3.6. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Comissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 7.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).



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

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um banner e o hotsite por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

7.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere à alínea 'd' do subitem 7.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

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

I. estratégia de mídia e não mídia: proposição e defesa dos meios de divulgação, das formas inovadoras de comunicação e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha;

II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e demais meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de divulgação;

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

IV. plano de formas inovadoras de comunicação publicitária: composto por planilhas com a indicação de uso de plataformas de comunicação e divulgação, informando fornecedor, valor a ser aplicado e indicadores-chave de performance (KPI);

IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis).

7.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 7.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

7.3.4.2. O plano de mídia e não mídia e/ou de formas inovadoras de comunicação deverão apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação/plataformas de comunicação e divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e demais meios de divulgação, separados por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos e demais meios de divulgação;
- e) os valores (absolutos e percentuais) que a licitante propõe alocar em ações para desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação), em consonância com novas tecnologias, com a indicação dos respectivos fornecedores e métricas que serão utilizadas (taxa de impressão, custo por alcance, CPC, CPE, custo por curtida etc.), de acordo com o disposto nos subitens 7.3.4.2.1 e 7.3.4.2.2.
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a plataformas de comunicação e divulgação;
- g) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia;



h) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;

i) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária ou material publicitário de não mídia.

7.3.4.2.1 No caso de soluções via plataformas de comunicação e divulgação, deverão ser considerados os valores de tabela cheia dos fornecedores que operam com tabela e/ou os valores resultantes das simulações feitas nessas plataformas de comunicação e divulgação, conforme os parâmetros, objetivos e formatos de compra definidos na estratégia de mídia proposta pela licitante.

7.3.4.2.2 Para fins desta concorrência, enquadram-se na categoria de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação) as ações destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, a exemplo das redes sociais, dos sites de buscas e das plataformas digitais (Facebook, Google, Instagram, Twitter, TikTok, Kwai, LinkedIn e YouTube, entre outros).

7.3.4.3 Nessa simulação:

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

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

c) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores

7.3.4.3.1 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 7.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

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

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

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

7.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 7.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro no 2.

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

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

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

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de



circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

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

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

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

7.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01 de janeiro de 2020.

7.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 7.7 ou ser apresentadas soltas.

7.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 7.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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

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

7.8.3. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agências de propaganda.

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

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

7.10. A licitante deverá apresentar 03(três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

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

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

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



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

7.10.1. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 7.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

7.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 7.10 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2020.

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

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 7.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 7.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

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

7.10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 7.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 7.10 para descrição do Relato.

8. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

8.1. A Comissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

8.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

8.2.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

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

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

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

8.2.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

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

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

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.

8.2.1.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;



- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

8.2.1.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

8.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

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

8.2.3 Quesito 3 - Repertório

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

8.2.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

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

8.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesto, a Comissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas



refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 8 deste Edital.

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

QUESITOS	SUBQUESITOS	PONTOS
1. Plano de Comunicação Publicitária 65 pontos	1. Raciocínio Básico	05
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária	25
	3. Ideia Criativa	25
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2. Capacidade de Atendimento 15 pontos		15
3. Repertório 10 pontos		10
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação 10 pontos		10
TOTAL		100

8.3.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 7.8.1 e 7.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 8.3.2 deste Edital.

8.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Comissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

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

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

8.3.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

8.4. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as 2 (duas) agências de propaganda com as maiores pontuações, observado o disposto no subitem 8.5 deste Edital.

8.5. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

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

b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;

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

8.5.1. Ante a ocorrência da situação de que trata a alínea ‘a’ do subitem anterior, a Comissão Técnica deverá registrar em ata o nome da licitante identificada e o motivo concreto e inequívoco que constituiu a identificação.



8.5.2. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 5.10 deste Edital.

8.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da agência de propaganda licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

8.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista nesse edital ou em ato público marcado pela **agente de contratação**, cuja data será divulgada na forma estabelecida e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

9. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1. No Invólucro no 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

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

À
PREFEITURA MUNICIPAL DE HORIZONTE
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº [N DO PROCESSO]
INVÓLUCRO "4" – PROPOSTA DE PREÇOS
PROPONENTE/CNPJ:

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

10. FORMA DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

10.2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo I, ressalvado que, nos termos do, Art. 36 e 37 da Lei 14.133/2021 não serão aceitos:

a) percentual de desconto mínimo de **30%**, a ser concedido as SECRETARIAS MUNICIPAIS, sobre os **custos internos dos serviços executados pela licitante**, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará – SINAPRO-CE, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) honorários máximos de **12%** pela **renovação de direitos autorais**, pela realização de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e pela reimpressão de peças publicitárias;

c) honorários máximos de **12%** pela produção e execução técnica de peça e material cuja distribuição/veiculação não proporcione o desconto de agência; e

d) honorários máximos de **12%** pela utilização de formas inovadoras de comunicação publicitária, cuja execução não proporcione o desconto de agência.

10.3. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

10.3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 10.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de



Preços, a agente de contratação realizará com ela diligência nos termos do art. 64, inciso II, da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

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

10.3.1.2. As Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, serão analisadas pela agente de contratação no tocante ao atendimento das disposições deste Edital e do Projeto Básico.

10.3.1.3. Será considerada classificada à próxima etapa do certame a licitante cuja Proposta esteja em conformidade com as disposições deste Edital e do Projeto Básico.

10.3.1.4. Será desclassificada a licitante cuja Proposta tenha sido apresentada com vício insanável em relação às disposições deste Edital e do Projeto Básico.

11. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

11.1. O julgamento final das Propostas Técnicas será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo **MELHOR TÉCNICA**, assim como pelos ditames constantes dos anexos desse edital.

12. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

12.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à agente de contratação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

12.2. A fase de habilitação consiste na apresentação de documentos de forma a comprovar a regularidade da proponente, conforme regulamenta os arts. 62 a 70 da Lei nº 14.133, de 2021.

12.3. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência das questões de impedimento constantes deste Edital.

12.4. Para se habilitarem nesta licitação as licitantes deverão apresentar envelope fechado, tendo no frontispício os seguintes dizeres:

À
PREFEITURA MUNICIPAL DE HORIZONTE
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº [N DO PROCESSO]
INVÓLUCRO “5” – DOCUMENTOS DE
HABILITAÇÃO.
PROPONENTE/CNPJ:

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

12.6. A documentação exigida para fins de habilitação poderá ser substituída pelos documentos constantes do registro cadastral junto ao SICAF. Nesse caso, a habilitação será verificada por meio do SICAF, nos documentos por ele abrangidos.

12.7. A relação dos documentos exigidos para a habilitação serão aqueles constantes e previstos no Projeto Básico, os quais são necessários e suficientes para demonstrar a capacidade do licitante de realizar o objeto da licitação.

12.8. O invólucro “5” deverá conter os documentos relacionados no Projeto Básico, todos perfeitamente legíveis, dentro de seus prazos e validade para o dia e horário indicados no preâmbulo do edital.



12.9. As certidões de comprovação de regularidade, bem como as de falência e concordata, caso exigidas neste edital, que não apresentarem expressamente o seu período de validade, deverão ter sido emitidas nos 60 (sessenta) dias anteriores à data marcada para a abertura do certame.

12.10. Quando permitida a participação de empresas estrangeiras que não funcionem no País, as exigências de habilitação serão atendidas mediante documentos equivalentes, inicialmente apresentados em tradução livre.

12.11. Na hipótese de o licitante vencedor ser empresa estrangeira que não funcione no País, para fins de assinatura do contrato, os documentos exigidos para a habilitação serão traduzidos por tradutor juramentado no País e apostilados nos termos do disposto no Decreto nº 8.660, de 29 de janeiro de 2016, ou de outro que venha a substituí-lo, ou consularizados pelos respectivos consulados ou embaixadas.

DEMAIS DISCIPLINAMENTOS QUANTO AOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

12.12. Somente haverá a necessidade de comprovação do preenchimento de requisitos mediante apresentação dos documentos originais não-digitais quando houver dúvida em relação à integridade do documento digital ou quando a lei expressamente o exigir. (IN nº 3/2018, art. 4º, §1º, e art. 6º, §4º).

12.13. É de responsabilidade do licitante conferir a exatidão dos seus dados cadastrais no Sicaf e mantê-los atualizados junto aos órgãos responsáveis pela informação, devendo proceder, imediatamente, à correção ou à alteração dos registros tão logo identifique incorreção ou aqueles se tornem desatualizados. (IN nº 3/2018, art. 7º, *caput*).

12.14. A verificação pela Comissão, em sítios eletrônicos oficiais de órgãos e entidades emissores de certidões constitui meio legal de prova, para fins de habilitação.

12.14.1. Os documentos exigidos para habilitação que não estejam contemplados no Sicaf deverão constar das versões impressas constantes dos envelopes.

12.14.2. Para fins de definição quanto ao marco da análise dos documentos de habilitação deverá ser considerada como referência para validade dos documentos a **DATA DE ABERTURA DO CERTAME**, nos termos do art. 63 e 64 da Lei Federal nº 14.133/21.

12.15. Após a entrega dos documentos para habilitação, não será permitida a substituição ou a apresentação de novos documentos, salvo em sede de diligência (Lei 14.133/21, art. 64):

12.15.1. Complementação de informações acerca dos documentos já apresentados pelos licitantes e desde que necessária para apurar fatos existentes à época da abertura do certame; e

12.15.2. Atualização de documentos cuja validade tenha expirado após a data de recebimento das propostas.

12.16. Na análise dos documentos de habilitação, a agente de contratação poderá sanar erros ou falhas, que não alterem a substância dos documentos e sua validade jurídica, mediante decisão fundamentada, registrada em ata e acessível a todos, atribuindo-lhes eficácia para fins de habilitação.

12.17. Quando a fase de habilitação anteceder a de julgamento e já tiver sido encerrada, não caberá exclusão de licitante por motivo relacionado à habilitação, salvo em razão de fatos supervenientes ou só conhecidos após o julgamento.

12.18. Havendo necessidade de analisar minuciosamente os documentos exigidos, a agente de contratação suspenderá a sessão, informando a nova data e horário para sua continuidade.

12.19. A critério(a) da agente de contratação, caso haja disponibilidade “on-line” e seja favorável à agilidade e competitividade do certame, poderão ser realizadas consultas diretamente aos sítios institucionais na Internet para fins de comprovação de regularidade de situação dos licitantes, fazendo constar, na ata dos trabalhos tais diligências.

12.19.1. A agente de contratação poderá solicitar subsídio técnico à unidade técnica Demandante do procedimento, bem como, aos setores técnicos especializados, para fins de avaliação da conformidade da documentação de habilitação técnica e qualificação econômico-financeira em relação às exigências contidas no edital (e seus anexos).

12.19.2. Será INABILITADO e eliminado do procedimento, o licitante que:



- a) deixar de encaminhar ou de apresentar quaisquer dos documentos exigidos neste Edital;
- b) apresentar quaisquer documentos em desacordo com este Edital;
- c) não contenha em seu ato constitutivo atividade econômica compatível com o objeto da presente licitação;
- d) não comprove exigência(s) de habilitação prevista neste Edital e seus anexos.

12.19.3. No julgamento da habilitação, poderá a agente de contratação adotar os procedimentos, diligências e decisões que visem sanar erros ou falhas que não prejudiquem a validade e segurança jurídica da documentação apresentada.

12.20. A agente de contratação poderá convocar o proponente para enviar documento complementar, em prazo razoável para tanto, sob pena de inabilitação.

12.20.1. Dentre os documentos passíveis de solicitação pela agente de contratação, destacam-se os que contenham as comprovações de compatibilidade com o Projeto Básico, além de outras informações pertinentes, a exemplo de catálogos, folhetos e manuais.

12.20.2. O prazo estabelecido pela agente de contratação poderá ser prorrogado por solicitação escrita e justificada do proponente, formulada antes de findo o prazo estabelecido, e formalmente aceita pela agente de contratação.

OBSERVAÇÃO: Conforme entendimento firmado pelo TCU, originário do Acórdão nº 2.443/2021 – Plenário, a vedação no art. 64 da Lei 14.133/2021 não alcança documentos destinados a atestar condições de habilitação preexistentes à abertura da sessão pública que não foram entregues em momento oportuno, de forma que PODERÁ a agente de contratação diligenciar para permitir tal COMPLEMENTAÇÃO DE DOCUMENTOS.

12.21. Constatado o atendimento às exigências de habilitação fixadas neste Edital, o proponente será declarado habilitando.

12.22. A agente de contratação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no edital e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no projeto básico anexo a esse edital.

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

13. DOS TRÂMITES RELACIONADOS A SESSÃO, VERIFICAÇÃO DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO, CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS, ANÁLISE E JULGAMENTO DE PROPOSTAS E DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.

PROCEDIMENTOS GERAIS

13.1. Serão realizadas 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 pelo agente de contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

13.2. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 5 deste Edital.

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



13.4. Os integrantes da Comissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

13.5. O julgamento final das Propostas Técnicas e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

13.6. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora.

13.7. Qualquer tentativa de licitante influenciar a agente de contratação ou a Comissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica resultará na sua desclassificação.

13.8. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

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

Primeira Sessão

13.10. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos neste edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no item 5 deste Edital;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 deste Edital e registrarem ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

13.11. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela agente de contratação se:

- a) não estiver identificado;
- b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.
- d) Na violação de qualquer uma das alíneas 'a', 'b' e 'c' previstas deste subitem, a agente de contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

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

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da agente de contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 22 deste Edital.

13.13. A agente de contratação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem anterior, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

13.14. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à agente de contratação.



13.15. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a agente de contratação ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a agente 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.

13.16. A agente de contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 13.12 acima.

13.17. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela agente de contratação.

13.18. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela agente de contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem a seguir e também nos seguintes. Caso contrário a agente de contratação divulgará o resultado na forma do item 22, abrindo-se o prazo de 05 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

13.19. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da agente de contratação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 22, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 14 deste Edital.

13.20. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela agente de contratação à Comissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Comissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Comissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à agente de contratação, na devolução dos Invólucros nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela agente de contratação à Comissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Comissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Comissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à agente de contratação, na devolução dos Invólucros nº 3.

13.21. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 8.5, a pontuação atribuída pela Comissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pela agente de contratação, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

13.22. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 8.5, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

13.23. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem anterior conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Comissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não



Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

Segunda Sessão

13.24. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Comissão Técnica, a agente de contratação convocará as licitantes, na forma do item 22, 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 Invólucros nº 2;
- c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária -Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 8.7, se for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 22, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 14 deste Edital.

13.25. Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Comissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da agente de contratação.

Terceira Sessão

13.26. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a agente de contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 22, 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 Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pela agente de contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço, nos termos dos subitens 10.2 e 10.3 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame;
- g) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas, observado o disposto nos subitens 8.5.1 e 8.5.2, as 2 (duas) agências de propaganda licitantes que:
 - g1) tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica; e
 - g2) tenha individualmente apresentado a Proposta de menor preço, conforme disposto no item 14, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021;
- h) informar que o resultado do julgamento final das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 22, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 14 deste Edital.



Quarta Sessão

13.27. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a agente de contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas, na forma do item 22, 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) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e
- c) registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- d) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pela agente de contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- f) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- g) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- h) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 22, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'c' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;
- i) informar que será publicado, na forma do item 22, o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

14. DA FASE DE RECURSOS

14.1. Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do ANUNCIANTE, por intermédio da agente de contratação, protocolizada no endereço, horário e meios constantes da parte específica desse procedimento.

14.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

14.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a agente de contratação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 03 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente do ANUNCIANTE, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

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

14.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a ser indicado pela agente de contratação.

14.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica terão efeito suspensivo, podendo a agente de contratação, motivadamente e se houver interesse para o ANUNCIANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

14.7. O RECURSO ADMINISTRATIVO poderá atacar qualquer ato decisório ou procedimento adotado pela Comissão ou pela autoridade competente a qual resultou em deliberação ao julgamento, durante todo o certame, não sendo meio adequado para impugnar regras do edital e seus anexos.

14.8. Protocoladas as razões recursais, ao término do prazo estabelecido, ficam os demais licitantes, desde logo, intimadas a apresentar contrarrazões, também via e-mail, no caso da situação anterior, em igual prazo, que começará a correr do momento do protocolo das razões recursais da Recorrente.



14.9. Para justificar sua intenção de recorrer e fundamentar suas razões ou contrarrazões de recurso, o licitante interessado poderá solicitar vistas dos autos ou consultar as informações do certame disponíveis na sede do Setor de Licitações e Contratos, mediante agendamento prévio.

14.10. Decorridos os prazos de apresentação de razões e contrarrazões, a agente de contratação deverá analisar fundamentadamente os fatos e fundamentos arguidos pelo(s) recorrente(s), podendo, em sede de juízo de retratação:

- a)** reconsiderar, total ou parcialmente, a decisão recorrida, reformando-a; ou,
- b)** manter inalterada a decisão recorrida.
- c)** baixar em diligência os autos para fins de pronunciamento, solicitar informações, parecer técnicos ou demais informações da área técnica interessada/responsável e/ou jurídico para fins de proclamação de decisão, sobretudo quando o mérito recursal não versar sobre ato, decisão ou incumbência as quais não são de competência da agente de contratação.

14.11. Caso não haja a reconsideração total do ato ou decisão adotada, os memoriais de razões recursais deverão ser submetidos, depois de devidamente instruído pela agente de contratação, à análise hierárquica superior para fins de decisão final, podendo a autoridade competente do procedimento:

14.11.1. decidir de pronto o mérito do recurso, segundo os documentos e informações contidas nos autos, como também os fundamentos da decisão da agente de contratação.

14.11.2. determinar prévia emissão de parecer da área técnica interessada e/ou jurídico para fins de decisão.

14.12. A não apresentação das razões referente à intenção de recurso no prazo legal importa preclusão do direito de recurso, possibilitando, portanto, a adjudicação do objeto e homologação do certame.

14.13. A critério da agente de contratação ou da autoridade superior, e considerando eventuais indícios de ilegalidades ou irregularidades no julgamento do certame apontados na própria intenção de recurso, poderá haver a análise de mérito do recurso independente da apresentação das respectivas razões (ou de sua apresentação fora do prazo legal), como mero exercício do direito constitucional de petição (art. 5º, XXXIV, "a", CRFB/1988).

14.14. Não cabe recurso adesivo por ocasião do exercício do direito de contrarrazoar.

14.15. O acolhimento do recurso importará na invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento, sendo reaberta a Sessão Pública para fins de prosseguimento do certame e explanação dos atos decorrentes da decisão.

15. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

15.1. Ultrapassada a fase de recursos administrativos, a agente de contratação encerrará a sessão encaminhando os autos para a autoridade competente a qual adjudicará e homologará o objeto ao licitante cuja proposta for considerada vencedora do certame.

15.2. Após a fase recursal, constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente poderá:

- d)** Adjudicar e homologar o certame para produção de todos os efeitos de fato e de direito previstos na legislação;
- e)** Anular o certame, total ou parcialmente, em razão de ilegalidade, determinando o aproveitamento dos atos não viciados; ou,
- f)** Revogar o certame, total ou parcialmente, por razões de conveniência e oportunidade, à luz do interesse público primário tutelado.

15.3. A adjudicação e ou a homologação do resultado desta licitação não implicará direito à contratação.

15.4. Decorrido o prazo de validade da proposta indicado no edital, da data de abertura das propostas, sem convocação para a contratação, ficarão os licitantes liberados dos compromissos assumidos.

16. DA(S) DOTAÇÃO(ÕES) ORÇAMENTÁRIA(S)



16.1. As despesas decorrentes da contratação objeto do presente edital, conforme Projeto Básico, correrão à conta de recursos específicos consignados no orçamento vigente da **Prefeitura Municipal de HORIZONTE**, através do **órgão ou entidade promotora da licitação**, na seguinte Previsão Orçamentária:

SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
09.01	13 392 0004	2.074	1500000000	3.3.90.39.00

GABINETE DO PREFEITO:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
02.01	04 131 0004	2.005	1500000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
07.01	12 122 0002	2.033	1500100100	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE SAÚDE:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
05.01	10.122.0002	2.018	1500100200	3.3.90.39.00
	10.122.0020	2.019	1500100200	3.3.90.39.00
	10.301.0009	2.022	1500100200 1600000000 1706000000	3.3.90.39.00
	10.302.0010	2.024	1500100200 1600000000 1706000000	3.3.90.39.00
	10.302.0010	2.025	1500100200 1600000000 1706000000	3.3.90.39.00
	10.302.0010	2.027	1500100200 1600000000	3.3.90.39.00
	10.304.0012	2.032	1500100200 1600000000 1706000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE FINANÇAS:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
04.01	04.122. 0002	2.013	1500000000	3.3.90.39.00



SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
03.01	01.122.0002	2.008	1500000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA, IGUALDADE E DESENVOLVIMENTO SOCIAL; E FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
15.02	08 245 0037	2.121	1500000000 / 1660000000	3.3.90.39.00
15.02	08 122 0039	2.117	1500000000 / 1660000000	3.3.90.39.00
15.02	08 245 0033	2.120	1500000000 / 1660000000 / 1661000000	3.3.90.39.00
15.02	08 245 0095	2.122	1500000000 / 1660000000 / 1661000000	3.3.90.39.00
15.01	08 122 0002	2.101	1500000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE INFRAESTRUTURA, OBRAS PÚBLICAS E RECURSOS HÍDRICOS:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
06.01	04 122 0002	2.148	1500000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE SEGURANÇA, CIDADANIA, TRÂNSITO E TRANSPORTE:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
16.01	04 122 0002	2.126	1500000000	3.3.90.39.00
16.01	04 122 0044	2.129	1752000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
10.01	27 122 0002	2.084	1500000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE URBANISMO E AGROPECUÁRIA:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
12.01	04 122 0002	2.155	1500000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO:



UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
13.01	04 122 0002	2.093	1500000000	3.3.90.39.00

AUTARQUIA DE MEIO AMBIENTE – AMMAH:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
20.01	18 541 0023	2.146	1500000000	3.3.90.39.00

17. DA FORMALIZAÇÃO DAS CONTRATAÇÕES

17.1. DO INSTRUMENTO CONTRATUAL:

17.2. O(s) adjudicatário(s) poderá(ão) ser convocado(s) para comparecer perante o órgão ou entidade demandante para firmar termo(s) contratual(is).

17.3. A Administração convocará o adjudicatário para assinatura, mediante correspondência meio eletrônico ou publicação no Quadro de Avisos e Publicações, para que seja assinado no prazo de **05 (cinco) dias úteis**, a contar da data de seu recebimento da convocação, sob pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital.

17.4. O prazo previsto no subitem anterior poderá ser prorrogado, por igual período, por solicitação justificada do adjudicatário e aceita pela Administração.

17.5. O prazo de vigência da contratação será aquele estipulado no próprio instrumento contratual e observará 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.

17.6. Na formalização do contrato ou do instrumento substituto deverá haver a indicação da disponibilidade dos créditos orçamentários respectivos.

17.7. Incumbirá à Administração providenciar a publicação do extrato do contrato nos termos do parágrafo único art. 61 da Lei nº 14.133/2021 de 1º de abril de 2021.

18. DO PAGAMENTO E DEMAIS CONDIÇÕES DO OBJETO

18.1. As condições de pagamento, obrigações, detalhamentos e demais especificidades quanto ao objeto e não abordados na parte geral desse edital, serão aquelas constantes do Projeto Básico e seus anexos.

19. DAS SANÇÕES

19.1. Ficarão sujeitos às penalidades previstas na Lei n.º 12.846/2013 aqueles que cometerem atos lesivos à administração pública, assim definidos, no tocante a licitações e contratos:

- frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo de procedimento licitatório público;
- impedir, perturbar ou fraudar a realização de qualquer ato de procedimento licitatório público;
- afastar ou procurar afastar licitante, por meio de fraude ou oferecimento de vantagem de qualquer tipo;
- fraudar licitação pública ou contrato dela decorrente;
- criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para participar de licitação pública ou celebrar contrato administrativo;



f) obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações de contratos celebrados com a administração pública, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação pública ou nos respectivos instrumentos contratuais;

g) manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos celebrados com a administração pública.

19.2. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o licitante/adjudicatário que, com dolo ou culpa:

a) deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pela Comissão durante o certame;

b) Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não manter a proposta em especial quando:

b.1) não enviar a proposta ou após a negociação;

b.2) recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;

b.3) pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou

b.4) apresentar proposta em desacordo com as especificações do edital;

c) não celebrar contrato ou não entregar a documentação exigida para a assinatura de tais instrumentos, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

d) recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;

e) apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação;

f) fraudar a licitação;

g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

g.1) agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

g.2) induzir deliberadamente a erro no julgamento;

g.3) praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação; e/ou

g.4) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 2013.

19.3. Nos termos dos arts. 155, 156 e 162 da Lei 14.133/2021 e das disposições constantes do Projeto Básico, após regular Procedimento Administrativo de Apuração de Responsabilidade - PAAR, serão apenas de acordo com a seguinte dosimetria, sem prejuízo das multas eventualmente previstas no Projeto Básico e das demais penalidades legais, assegurado a prévia e ampla defesa:

Ocorrência	Penalidade
a) Dar causa a inexecução parcial do objeto.	Advertência, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave
b) Dar causa à inexecução parcial do objeto que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo.	Impedimento de licitar e contratar no âmbito do Município pelo período de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave
c) Dar causa à inexecução total do objeto.	Impedimento de licitar e contratar no âmbito do Município pelo período de 1 (um) ano a 3 (três) anos, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
d) Deixar de entregar documentação exigida para o certame.	Impedimento de licitar e contratar no âmbito do Município pelo período de 1 mês a 6 meses, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
e) Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado.	Impedimento de licitar e contratar no âmbito do Município pelo período de 2 (dois) meses a 1 (um)



Ocorrência	Penalidade
	ano, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
f) Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta	Impedimento de licitar e contratar no âmbito do Município pelo período de 3 (três) meses a 2 (dois) anos, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
g) Ensejar o retardamento da execução do objeto ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado	Impedimento de licitar e contratar no âmbito do Município pelo período de 3 (três) meses a 1 (um) ano e 6 (seis) meses, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
h) Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do objeto	Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, pelo período de 3 (três) a 6 (seis) anos
i) Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do objeto	Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, pelo período de 3 (três) a 6 (seis) anos
j) Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza	Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, pelo período de 3 (três) a 6 (seis) anos
k) Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação	Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, pelo período de 3 (três) a 6 (seis) anos
l) Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013	Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, pelo período de 3 (três) a 6 (seis) anos.

19.4. Nas condutas previstas nas letras “b”, “c”, “d”, “e”, “f” e “g” do item 16.3, quando justificada a imposição de penalidade mais grave, será aplicada a sanção de declaração de inidoneidade para licitar e contratar, que impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

19.5. PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO: As sanções serão aplicadas após regular processo administrativo, assegurada a ampla defesa e o contraditório.

19.5.1. Para todo ato inconveniente ou ilícito que tenha indício de causar dano ou prejuízo a Administração Pública ou ao erário deverá inaugurar um procedimento administrativo de apuração dos fatos. Os casos ocorridos durante os procedimentos de contratação serão comunicados oficialmente e formalmente pela Comissão ou por qualquer outro servidor o qual presencie o cometimento do ato, o qual devem ser reportados à Assessoria Jurídica do Setor de Licitações para a devida apuração.

19.5.2. As penalidades somente deixarão de ser aplicadas mediante comprovação, anexada aos autos, da ocorrência de força maior impeditiva do cumprimento da obrigação e/ou manifestação da unidade requisitante, informando que o ocorrido derivou de fatos imputáveis à Administração.

19.6. Na hipótese de abertura de processo administrativo destinado a apuração de fatos e, se for o caso, aplicação de sanções à proponente, em decorrência de conduta vedada nesta CONCORRÊNCIA, as comunicações à proponente serão efetuadas por meio do endereço de correio eletrônico (“e-mail”) declarado ou apresentado nos documentos do processo.

19.7. A proponente deverá manter atualizado o endereço de correio eletrônico (“e-mail”) cadastrado junto ao SICAF e confirmar o recebimento das mensagens provenientes do município de HORIZONTE/CE, não podendo alegar o desconhecimento do recebimento das comunicações por este meio como justificativa para se eximir das responsabilidades assumidas ou eventuais sanções aplicadas.

19.8. Quando a ação ou omissão ensejar a prática de mais de uma infração, será aplicada a mais grave das penas cabíveis ou, se iguais, somente uma delas, mas aumentada, em qualquer caso, de 1/3 até metade, justificadamente, em decorrência da gravidade da conduta.



19.9. A penalidade resultante da aplicação do item anterior não poderá ser maior do que as penalidades consideradas cumulativamente.

19.10. O cometimento reiterado de atrasos injustificados dos prazos previstos para a execução do objeto poderá resultar em rescisão contratual.

19.11. Será considerado em estado de reiterado cometimento de atrasos dos prazos o Fornecedor que incorrer no terceiro atraso injustificado, ao longo da vigência do contrato.

19.12. A multa calculada não poderá ser inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) nem superior a 30% (trinta por cento) do valor do contrato e será aplicada ao responsável por qualquer das infrações administrativas previstas no art. 155 da Lei n. 14.133/2021.

19.13. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor de pagamento eventualmente devido pela Administração ao Fornecedor, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

19.14. Se a garantia contratual exigida for prestada por seguradora, essa será notificada da abertura de processo de apuração de responsabilidade do qual possa resultar na aplicação da penalidade de multa ao Fornecedor.

19.15. O licitante ou o adjudicatário será notificado para apresentar defesa prévia no prazo de 15 (quinze) dias úteis, a contar do recebimento da notificação. Da decisão que aplicar as sanções de advertência, multas e impedimento de licitar e contratar, caberá recurso administrativo no prazo de 15 (quinze) dias úteis, a contar da intimação do ato.

19.16. A aplicação das sanções previstas neste Edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à Administração Pública.

19.17. A aplicação das sanções previstas de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, cumuladas ou não com multa, requererá a instauração de Procedimento Administrativo de Apuração de Responsabilidade - PAAR, a ser conduzido por comissão composta de no mínimo 2 (dois) servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o fornecedor para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

19.18. Na hipótese de deferimento de pedido de produção de novas provas ou de juntada de provas julgadas indispensáveis pela comissão, o licitante ou o Fornecedor poderá apresentar alegações finais no prazo de 15 dias úteis, contado da data da intimação.

19.19. Serão indeferidas pela Comissão de PAAR, mediante decisão fundamentada, provas ilícitas, impertinentes, desnecessárias, protelatórias ou intempestivas.

19.20. A prescrição da pretensão de aplicação das sanções ocorrerá em 5 (cinco) anos, contados da ciência da infração pela Administração, e será interrompida e suspensa na forma da Lei.

19.21. Excepcionalmente, desde que justificado pelo gestor do contrato, no Procedimento Administrativo de Apuração de Responsabilidade - PAAR, o município poderá, ad cautelam, efetuar a retenção do valor da multa presumida, em conformidade com o instrumento convocatório, Projeto Básico, ou Termo Contratual, e instaurar de imediato o procedimento administrativo para apuração de responsabilidade por descumprimento, que deverá ter tramitação prioritária.

19.22. Todas as penalidades serão registradas, para efeito de publicidade, no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores (SICAF), no cadastro Consolidado de Pessoa Jurídica do TCU, no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas (CEIS), no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) e demais sistemas internos, no prazo máximo de 15 dias úteis, contado da data de aplicação da sanção.

19.23. No caso de provimento do recurso ou de reconsideração da decisão, os autos serão remetidos à Secretaria de Finanças para devolução ao fornecedor dos valores eventualmente retidos.

19.24. Os instrumentos de requerimentos, de defesas prévias e de recursos eventualmente interpostos pelos licitantes, adjudicatários e/ou por quaisquer interessados deverão ser instruídos com os documentos hábeis à prova das alegações neles contidas. Referidos documentos probatórios deverão ser apresentados em suas versões originais e/ou em versões conferidas com o original por servidores da Administração



Pública, sob pena de, a critério exclusivo do município, não serem avaliados. Caso o fornecimento de cópias de documentos seja requerido ao município, as despesas correspondentes deverão ser ressarcidas previamente, em Documento de Arrecadação Municipal - DAM.

20. FRAUDE E CORRUPÇÃO

20.1. As proponentes deverão observar os mais altos padrões éticos durante o processo licitatório e a execução do contrato, estando sujeitas às sanções previstas na legislação brasileira. Para os propósitos deste item, definem-se as seguintes práticas:

- a) “prática corrupta”: oferecer, dar, receber ou solicitar, direta ou indiretamente, qualquer vantagem com o objetivo de influenciar a ação de servidor público no processo de licitação ou na execução de contrato;
- b) “prática fraudulenta”: a falsificação ou omissão dos fatos, com o objetivo de influenciar o processo de licitação ou de execução de contrato;
- c) “prática conluída”: esquematizar ou estabelecer um acordo entre duas ou mais proponentes, com ou sem o conhecimento de representantes ou prepostos do órgão licitador, visando estabelecer preços em níveis artificiais e não-competitivos;
- d) “prática coercitiva”: causar dano ou ameaçar causar dano, direta ou indiretamente, às pessoas ou sua propriedade, visando a influenciar sua participação em um processo licitatório ou afetar a execução do contrato.

e) “prática obstrutiva”:

(1) destruir, falsificar, alterar ou ocultar provas em inspeções ou fazer declarações falsas aos representantes do organismo financeiro multilateral, com o objetivo de impedir materialmente a apuração de alegações de prática prevista neste subitem;

(2) atos cuja intenção seja impedir materialmente o exercício do direito de o organismo financeiro multilateral promover inspeção.

20.2. A contratante, garantida a prévia defesa, aplicará as sanções administrativas pertinentes, previstas na Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, se comprovar o envolvimento de representante da empresa ou da pessoa física contratada em práticas corruptas, fraudulentas, conluídas ou coercitivas, no decorrer da licitação ou na execução do contrato financiado por organismo financeiro multilateral, sem prejuízo das demais medidas administrativas, criminais e cíveis.

21. DOS ESCLARECIMENTOS, IMPUGNAÇÕES, DILIGÊNCIAS, REVOGAÇÃO E ANULAÇÃO

DAS SOLICITAÇÕES DE ESCLARECIMENTO E IMPUGNAÇÕES

21.1. Qualquer pessoa física ou jurídica poderá, no prazo de até **03 (três) dias úteis** antes da data fixada para recebimento das Propostas de Preços, solicitar esclarecimento e ou impugnar o ato convocatório desta CONCORRÊNCIA.

21.2. Decairá do direito de impugnar os termos do edital de licitação perante a Administração aquele que não o fizer dentro do prazo fixado neste subitem, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

21.3. Impugnação feita tempestivamente pelo proponente não o impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

21.4. Somente serão aceitas solicitações de esclarecimentos, providências ou impugnações mediante petição, bem como, da apresentação de documentos comprobatórios a demandante, desde que devidamente protocolados via e-mail informado no quadro de resumo deste edital, que preencham os seguintes requisitos:

21.4.1. O endereçamento à Agente de Contratação da Prefeitura de Horizonte;



21.4.2. A identificação precisa e completa do autor e seu representante legal (acompanhado dos documentos comprobatórios) se for o caso, contendo o nome, prenome, estado civil, profissão, domicílio, número do documento de identificação, devidamente datada e assinada dentro do prazo editalício;

21.4.3. O fato e o fundamento jurídico de seu pedido, indicando quais os itens ou subitens, do edital, discutidos;

21.4.4. O pedido, com suas especificações;

21.5. A proponente deverá juntar cópia do ato constitutivo, bem como, documento de identificação (com foto) válido na forma da Lei do responsável legal pela mesma e, ainda, deverá apresentar prova de mandato, se for o caso.

21.6. A agente de contratação poderá requisitar subsídios formais aos responsáveis pela elaboração do projeto básico e seus anexos.

21.6.1. Caberá a agente de contratação decidir e divulgar em sítio eletrônico oficial no prazo de até **03 (três) dias úteis**, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

21.6.2. A resposta do Município de Horizonte - CE será disponibilizada a todos os interessados mediante afixação de cópia da íntegra do ato proferido pela Administração no sítio virtual: www.municipios-licitacoes.tce.ce.gov.br.

21.6.3. O aditamento prevalecerá sempre em relação ao que for aditado.

21.6.4. Acolhida a petição de impugnação contra o ato convocatório que importe em modificação dos termos do edital será designada nova data para a realização do certame, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas de Preços.

21.6.5. Qualquer modificação neste edital será divulgada pela mesma forma que se deu ao texto original.

DILIGÊNCIA, REVOGAÇÃO E ANULAÇÃO

21.7. DILIGÊNCIA: Em qualquer fase do procedimento licitatório, a agente de contratação ou a autoridade superior, poderá promover diligências no sentido de obter esclarecimentos, confirmar informações ou permitir sejam sanadas falhas formais de documentação que complementem a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da Proposta ou da Habilitação, fixando o prazo para a resposta.

21.7.1. Os proponentes notificados para prestar quaisquer esclarecimentos adicionais deverão fazê-lo no prazo determinado pela agente de contratação, sob pena de desclassificação/inabilitação.

21.8. REVOGAÇÃO E ANULAÇÃO: A autoridade competente para homologar o procedimento licitatório poderá revogá-lo somente em razão do interesse público, por motivo de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar a revogação, e deverá anulá-lo por ilegalidade, de ofício ou por provocação de qualquer pessoa, por meio de ato escrito e fundamentado.

21.9. Em caso de revogação ou anulação do certame, será assegurado o prazo recursal previsto no art. 165, I, alínea "d" da Lei nº 14.133/21.

22. DISPOSIÇÕES GERAIS

22.1. As normas que disciplinam esta CONCORRÊNCIA serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, atendidos o interesse público, sem comprometimento da segurança e do regular funcionamento da administração.

22.2. Os casos omissos poderão ser resolvidos pelo(a) Agente de Contratação durante a sessão e pela(s) autoridade(s) competente(s), em outros casos, mediante aplicação do Decreto Municipal nº 450, de 28 de dezembro de 2023 da Prefeitura Municipal De Horizonte e a Lei n.º 14.133/2021 de 1º de abril de 2021.

22.3. Nenhuma indenização será devida às proponentes pela elaboração ou pela apresentação de documentação referente ao presente edital, nem em relação às expectativas de contratações dela decorrentes.



PREFEITURA DE
HORIZONTE
O TRABALHO CONTINUA

22.4. Na contagem dos prazos estabelecidos neste edital, exclui-se o dia de início de contagem e inclui-se o dia do vencimento, observando-se que só se iniciam e vencem prazos em dia de expediente normal no Município, exceto quando for expressamente estabelecido em contrário.

22.5. Os avisos de prosseguimento das sessões, a decisão sobre os recursos interpostos, a Anulação ou revogação serão feitos aos interessados mediante publicação no Diário Oficial do Município – DOM, conforme disposto na Lei Orgânica do Município e no “chat” do www.compras.gov.br e no sítio eletrônico oficial da Prefeitura Municipal de Horizonte: www.horizonte.ce.gov.br.

22.6. Quaisquer informações poderão ser obtidas pelo telefone: (085) 3222.0583 das 07h30min às 12h00min, ou diretamente na Sede da Setor de Licitações e Contratos de Horizonte, situada na Av. Presidente Castelo Branco, 5100, Centro, Horizonte-CE, CEP 62.880-060.

22.7. O referido edital e seus ANEXOS estão disponíveis nos seguintes sítios virtuais: www.tce.ce.gov.br/licitacoes, nos termos da IN 04/2015-TCM/CE, e no site do Comprasnet - www.compras.gov.br, e ainda no site da Prefeitura Municipal de Horizonte: www.horizonte.ce.gov.br.

22.8. Para dirimir, na esfera judicial, as questões oriundas do presente edital será competente o Foro da Comarca de Horizonte - CE.

HORIZONTE, CE, 22 de setembro de 2025.

Agente de Contratação designado:

RAFAELA LIMA DOS SANTOS MARTINS
AGENTE DE CONTRATAÇÃO
PORTARIA Nº 1.470/2025



PREFEITURA DE
HORIZONTE
O TRABALHO CONTINUA

ANEXO I - MODELO DA PROPOSTA DE PREÇOS

Ao

Setor de Licitações e Contratos da Prefeitura Municipal de Horizonte/CE.

Processo: CONCORRÊNCIA Nº 2025.09.15.2

Data e Hora de Abertura: _____ às _____ horas

Razão Social: _____ CNPJ: _____

Endereço: _____ CEP: _____

Fone: _____

Banco: _____ Agência N.º: _____ Conta Corrente n.º: _____

E-mail: _____

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS NECESSARIAMENTE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA DE INTERESSE DAS DIVERSAS SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE.

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

a) percentual de desconto mínimo de _____ %, a ser concedido as SECRETARIAS MUNICIPAIS, sobre os **custos internos dos serviços executados pela licitante**, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará – Sinapro-CE, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) honorários máximos de _____ % pela **renovação de direitos autorais**, pela realização de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e pela reimpressão de peças publicitárias;

c) honorários máximos de _____ % pela produção e execução técnica de peça e material cuja distribuição/veiculação não proporcione o desconto de agência; e

d) honorários máximos de _____ % pela utilização de formas inovadoras de comunicação publicitária, cuja execução não proporcione o desconto de agência.

VALIDADE DA PROPOSTA: 60 (SESSENTA) DIAS.

PRAZO DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS: 12 (DOZE) MESES, PODENDO SER PRORROGADO.

Observações:

- O proponente declara que tem o pleno conhecimento, aceitação e cumprirá todas as obrigações contidas no Anexo III – Projeto Básico deste edital.
- Independente de declaração expressa, fica subentendida que no valor proposto estão incluídas todas as despesas necessárias ao fornecimento, inclusive as relacionadas com:
 - Encargos sociais, trabalhistas, previdenciários e outros;
 - Tributos, taxas e tarifas, emolumentos, alvarás, multas e/ou qualquer infrações;
 - Seguros em geral, da infortunistica e de responsabilidade civil para quaisquer danos e prejuízos causados à Contratante e/ou a terceiros, gerados direta ou indiretamente pelo fornecimento;
- Anexar orçamento detalhado, cronograma físico-financeiro e demais documentos condizentes a formação da proposta de preços.

Local/Data: _____, _____ de _____ de _____

Assinatura Proponente

Carimbo da empresa/Assinatura do responsável legal



ANEXO II - MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO Nº _____
CONCORRÊNCIA Nº

CONTRATO QUE ENTRE SI CELEBRAM, DE UM LADO
A PREFEITURA MUNICIPAL DE HORIZONTE E DO
OUTRO A EMPRESA _____ PARA O FIM
QUE NELE SE DECLARA.

O Município de HORIZONTE, Estado do Ceará, pessoa jurídica de direito público interno, inscrita no CNPJ sob o N.º _____, com sede de sua Prefeitura Municipal na _____ - HORIZONTE/CE, através da **SECRETARIA DE _____**, neste ato representado(a) pelo(a) Sr(a). _____, aqui denominado(a) de **CONTRATANTE**, e de outro lado a Empresa _____, estabelecida na _____, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º _____, neste ato representada pelo(a) Sr(a). _____, portador(a) do CPF nº _____, apenas denominada de **CONTRATADO**, firmam entre si o presente TERMO DE CONTRATO mediante as cláusulas e condições a seguir estabelecidas:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO FUNDAMENTO LEGAL

1.1. O presente contrato encontra-se fundamentado pelo processo administrativo de licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA** tombado sob o nº _____, em conformidade e com fundamento na Lei Federal Nº 14.133/2021 de 1º de abril de 2021 - Lei das Licitações Públicas e pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, da Lei nº 4.680/1965, assim como, a legislação complementar em vigor.

1.2. Vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

- a) Estudo Técnico Preliminar – ETP;
- b) Projeto Básico – PB;
- c) Edital da Licitação;
- d) Proposta de preços do contratado;
- e) Eventuais anexos dos documentos supracitados; e
- f) Legislação Municipal regulamentadora quanto a Lei Federal n.º 14.133/21.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO OBJETO E REGIME DE EXECUÇÃO

2.1. Constitui objeto do presente a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS NECESSARIAMENTE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA DE INTERESSE DAS DIVERSAS SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE**, tudo conforme especificações contidas no Projeto Básico, constante do Anexo III do Edital.

2.2. Os serviços tratados no item anterior serão realizados sob o **REGIME DE EXECUÇÃO** _____.

CLÁUSULA TERCEIRA - DO VALOR

3.1. O valor global da presente avença (por estimativa) é de **R\$** _____ (_____), conforme proposta final do contratado, a ser incidido os percentuais informados na proposta quando da efetiva execução dos serviços.



3.2. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução do objeto, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação.

3.3. O valor acima é meramente estimativo, de forma que os pagamentos devidos ao contratado dependerão dos quantitativos efetivamente executados.

CLÁUSULA QUARTA - DO PAGAMENTO

4.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta Cláusula, sendo os percentuais:

- a) percentual de desconto mínimo de _____%, a ser concedido as SECRETARIAS MUNICIPAIS, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará – Sinapro-CE, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- b) honorários máximos de _____% pela renovação de direitos autorais, pela realização de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e pela reimpressão de peças publicitárias;
- c) honorários máximos de _____% pela produção e execução técnica de peça e material cuja distribuição/veiculação não proporcione o desconto de agência; e
- d) honorários máximos de _____% pela utilização de formas inovadoras de comunicação publicitária, cuja execução não proporcione o desconto de agência.

4.2. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

4.3. 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 Ceará - SINAPRO-CE e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

4.4. Os honorários de que tratam as alíneas “a”, “b” e “c” do subitem 4.1 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

4.5. A CONTRATADA não fará jus:

- e) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;
- f) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- g) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- h) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação 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, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

- i) a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

4.6. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

4.7. Quando houver a autorização excepcional da CONTRATANTE para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

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

4.9. O pagamento será efetuado com base nos quantitativos e itens efetivamente executados, limitados aqueles previstos no Orçamento Detalhado da proposta vencedora.

4.10. Os pagamentos serão efetuados em até 30 (trinta) dias após a emissão da Nota Fiscal, mediante atesto da execução dos serviços e o encaminhamento da documentação necessária, observada todas as disposições pactuadas, através de crédito na conta bancária do Contratado.

4.11. A fatura relativa aos serviços executados, cujo valor será apurado através de medição, deverá ser apresentada à CONTRATANTE, até o 5º (quinto) dia útil do mês subsequente a realização dos serviços, para fins de conferência e atestação.

4.3.1. A medição será realizada por mês, contados a partir do início efetivo dos serviços. A medição terá como base os serviços efetivamente realizados e concluídos satisfatoriamente no período, assim considerados aqueles formalmente aprovados pela Fiscalização, dentro do prazo estipulado.

4.3.2. A Fatura e Nota Fiscal deverá ser emitida em nome da CONTRATANTE, com endereço na Rua da Integração, S/N, Centro, HORIZONTE, Ceará e CNPJ/MF sob o nº 07.911.696/0001-57.

4.4. A documentação tratada no item 4.2 deste instrumento será a seguinte:

- a) Nota Fiscal/fatura discriminativa, em via única, devidamente atestada pelo gestor do contrato;
- b) Prova de Regularidade relativa aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, inclusive em relação as contribuições sociais;
- c) Prova de Regularidade relativa a Fazenda Estadual;
- d) Prova de Regularidade relativa a Fazenda Municipal;
- e) Prova de Regularidade relativa ao FGTS;
- f) Prova de Regularidade relativa à Justiça do Trabalho;

4.5. Conforme Decreto Municipal nº 055/2023, de 13/07/2023, que dispõe sobre a retenção na fonte do imposto de renda nos pagamentos efetuados pelos órgãos da administração pública municipal direta, fica determinado que:

- a) a) Os Órgãos da Administração Pública Municipal Direta, bem como suas Autarquias e Fundações, ficam obrigados a efetuar a retenção, na fonte, do Imposto de Renda incidente sobre os pagamentos que efetuarem às pessoas físicas e jurídicas pelo fornecimento de serviços ou prestação de serviços em geral, com base na Instrução Normativa nº 1.234/2012, e alterações, da Receita Federal do Brasil.
- b) a.1) As retenções de que trata o "caput" deste artigo serão efetuadas sobre qualquer forma de pagamento, inclusive os que forem antecipados por conta de fornecimento de serviços ou de prestação de serviços para execução futura.
- c) b) Não estão sujeitos à retenção do Imposto de Renda na Fonte os pagamentos realizados às pessoas físicas e jurídicas pelo fornecimento de serviços ou prestação de serviços nas hipóteses previstas no art. 4º da Instrução Normativa nº 1.234/2012.
- d) Parágrafo único. As pessoas jurídicas amparadas por isenção, não incidência ou alíquota zero do Imposto de Renda devem informar essa condição em seus documentos fiscais, inclusive o



enquadramento legal, sob pena de, se não o fizerem, sujeitarem-se à retenção do imposto sobre o valor total do documento fiscal, no percentual total correspondente à natureza do bem ou serviço.

4.6. Ocorrendo erro na fatura ou outra circunstância que desaconselhe o pagamento, o CONTRATADO será cientificada, a fim de que tome providências.

4.7. Poderá a CONTRATANTE sustar o pagamento do CONTRATADO nos seguintes casos:

- a) quando o CONTRATADO deixar de recolher multas a que estiver sujeita, dentro do prazo fixado;
- b) quando o CONTRATADO assumir obrigações em geral para com terceiros, que possam de qualquer forma prejudicar a CONTRATANTE;
- c) inadimplência do CONTRATADO na execução dos serviços.

CLÁUSULA QUINTA – DOS DIREITOS AUTORAIS

5.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela CONTRATADA, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente da CONTRATANTE, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

5.2. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas neste contrato.

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

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

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

5.6. Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a CONTRATADA solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

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

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

5.9. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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



5.11. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

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

5.14. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos nesse instrumento.

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

a) tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

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

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

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

5.16. Se a CONTRATANTE pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada na alínea “b” do subitem anterior, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

5.17. A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Federal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.

CLÁUSULA SEXTA - DO REAJUSTAMENTO, ATUALIZAÇÃO E REEQUILÍBRIO

6.1. Os preços inicialmente contratados são fixos e irrevogáveis no prazo de um ano contado da data do orçamento estimativo da licitação.

6.2. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

6.3. O reajuste será realizado por apostilamento.



6.4. Poderá ser restabelecida a relação que as partes pactuaram inicialmente entre os encargos do contratado e a retribuição da Administração para a justa remuneração dos serviços, desde que objetivando a manutenção do equilíbrio econômico-financeiro inicial do contrato, na hipótese de sobrevirem fatos imprevisíveis, ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis, retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou ainda, em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe, configurando álea econômica extraordinária e extracontratual, nos termos do Art. 124, Inciso II, alínea "d" da Lei 14.133/21, devendo ser formalizado através de ato administrativo.

6.5. O pedido de reequilíbrio deverá ser instruído com planilha demonstrativa dos aumentos dos custos originais, próprios e exclusivos da execução contratual e mediante negociação entre as partes.

6.6. Os pedidos de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro serão respondidos no prazo máximo de 30 (trinta) dias, observada a vigência contratual.

6.7. Em caso de criação, alteração ou extinção de quaisquer tributos ou encargos legais ou a superveniência de disposições legais, com comprovada repercussão sobre os preços registrados.

CLÁUSULA SÉTIMA – DO PRAZO DE EXECUÇÃO E DA VIGÊNCIA

7.1. O prazo de execução dos serviços será de **12 (DOZE) MESES** a partir da emissão da ordem de serviços. Todas as etapas obedecerão rigorosamente ao cronograma físico definido pela Administração Municipal de Horizonte/CE.

7.2. O início dos trabalhos ocorrerá dentro de **05 (CINCO) DIAS** seguintes ao recebimento da primeira Ordem de Serviços.

7.3. O presente instrumento produzirá seus jurídicos e legais efeitos a partir da data de sua publicação no PNCP e vigorará por **12 (DOZE) MESES**, prorrogável por até 10 (dez) anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

7.4. O Prazo de vigência poderá ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos conforme o art. 107 da Lei nº 14.133/2021, desde 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.

CLÁUSULA OITAVA – DOS MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAL

8.1. O regime de execução e o modelo de gestão contratual será aquele definido no Projeto Básico do procedimento e no Decreto Municipal n.º 450/2023, de 28 de dezembro de 2023, assim como, nas demais normativas municipais as quais disciplinam os prazos, condições, conclusão, observações, formas de recebimento do objeto e os demais elementos condizentes a execução contratual.

8.2. A gestão e fiscalização do contrato caberá ao Ordenador de Despesa competente ou a quem ele a designar com esta finalidade, devendo ele exercer toda a sua plenitude tudo em atendimento e consonância ao que dispõe na Lei Federal nº 14.133/2021 de 1º de abril de 2021 e no Decreto Municipal n.º 450/2023, de 28 de dezembro de 2023.

CLÁUSULA NONA - DA ORIGEM DOS RECURSOS

9.1. As despesas decorrentes desta contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no respectivo Orçamento Municipal vigente, inerentes a CONTRATANTE, na seguinte rubrica orçamentária:

ÓRGÃO	UNIDADE ORÇ.	FUNÇÃO/SUBFUNÇÃO/PROGRAMA/P-A/Nº DO PROJETO-ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
-------	--------------	---	-------	----------------------



--	--	--	--	--

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

CLÁUSULA DÉCIMA - DA OBRIGAÇÃO DAS PARTES

9.1. As partes se obrigam reciprocamente a cumprir integralmente as disposições do instrumento convocatório, da Lei Federal nº 14.133/2021 de 1º de abril de 2021, do Decreto Municipal n.º 450/2023, de 28 de dezembro de 2023 e da proposta adjudicada.

9.2. O Contratado deve cumprir todas as obrigações constantes do Contrato e em seus anexos, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto, observando, ainda, as obrigações a seguir dispostas:

a) Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990).

b) Comunicar ao contratante, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data da execução, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação.

c) Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal ou gestor do contrato ou autoridade superior (art. 137, II, da Lei n.º 14.133, de 2021) e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados.

d) Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os bens nos quais se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados.

e) Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo contratante, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida, o valor correspondente aos danos sofridos.

f) Quando não for possível a verificação da regularidade no Sistema de Cadastro de Fornecedores – SICAF, o contratado deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, junto com a Nota Fiscal para fins de pagamento, os seguintes documentos: 1) prova de regularidade relativa à Seguridade Social; 2) certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União; 3) certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Estadual ou Distrital do domicílio ou sede do contratado; 4) Certidão de Regularidade do FGTS – CRF; e 5) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

g) Responsabilizar-se pelo cumprimento de todas as obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais, comerciais e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade ao contratante e não poderá onerar o objeto do contrato.

h) Comunicar ao Fiscal do contrato, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique no local da execução do objeto contratual.

i) Paralisar, por determinação do contratante, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros.

j) Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições exigidas para habilitação na licitação.

k) Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação (art. 116, da Lei n.º 14.133, de 2021).

l) Comprovar a reserva de cargos a que se refere a cláusula acima, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas (art. 116, parágrafo único, da Lei n.º 14.133, de 2021).

m) Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato.



- n) Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no art. 124, II, d, da Lei nº 14.133, de 2021.
- o) Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas de segurança do contratante.
- p) Alocar os empregados necessários, com habilitação e conhecimento adequados, ao perfeito cumprimento das cláusulas deste contrato, fornecendo os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios demandados, cuja quantidade, qualidade e tecnologia deverão atender às recomendações de boa técnica e a legislação de regência.
- q) Orientar e treinar seus empregados sobre os deveres previstos na Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, se for o caso, adotando medidas eficazes para proteção de dados pessoais a que tenha acesso por força da execução deste contrato.
- r) Conduzir os trabalhos com estrita observância às normas da legislação pertinente, cumprindo as determinações dos Poderes Públicos, mantendo sempre limpo o local de execução do objeto e nas melhores condições de segurança, higiene e disciplina.
- s) Submeter previamente, por escrito, ao contratante, para análise e aprovação, quaisquer mudanças nos métodos executivos que fujam às especificações do memorial descritivo ou instrumento congênere.
- t) Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezoito anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos, nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre.
- u) Assinar e devolver a **ORDEM DE SERVIÇOS** ao Município de Horizonte/CE no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas, a contar da data do seu recebimento.
- v) Executar os serviços licitados dentro do prazo estabelecido no Projeto Básico, contados da emissão da **ORDEM DE SERVIÇOS**, nos locais determinados pelo órgão solicitante, observando rigorosamente as especificações contidas no Projeto Básico, nos anexos e disposições constantes de sua proposta de preços, assumindo a responsabilidade pelo pagamento de todos os impostos, taxas e quaisquer ônus de origem federal, estadual e municipal, bem como, quaisquer encargos judiciais ou extrajudiciais, sejam trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato que lhes sejam imputáveis, inclusive com relação a terceiros, em decorrência da celebração do contrato.
- w) A reparar, corrigir, remover ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções.
- x) Responsabilizar-se 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 o acompanhamento pelo órgão interessado.
- y) Aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato que se fizerem nos serviços e, no caso de reforma de edifício ou equipamento, de até 50% para os acréscimos, na forma do art. 125º da Lei n.º 14.133/21.
- z) Prestar os esclarecimentos que forem solicitados pelo Município de HORIZONTE/CE, cujas reclamações se obriga a atender prontamente, bem como dar ciência ao mesmo, imediatamente e por escrito, de qualquer anormalidade que verificar quando da execução do contrato.
- aa) No caso de constatação da inadequação do objeto licitado às normas e exigências especificadas no Projeto Básico, no edital ou na proposta de preços da CONTRATADA, a CONTRATANTE os recusará, devendo no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas ser adequados às supracitadas condições.
- bb) Ter implementado o Programa de Integridade na empresa de modo a orientar a conduta de todo o corpo administrativo e técnico envolvido. Caso não possua, a CONTRATADA na assinatura do contrato deverá apresentar Plano de Ação com previsão de implementação em até 6 (seis) meses, fato esse que



será verificado e auditado pela CONTRATANTE, conforme previsto no §4º do artigo 25º da Lei Federal nº 14.133, de 01 de abril de 2021.

9.3. Obrigações específicas:

9.3.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

a) Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
b) Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no Ceará, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

9.3.2. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no município CONTRATANTE e/ou na região metropolitana, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

- a) 01 (um) profissional de atendimento: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 12 (doze) meses, em atendimento de publicidade;
- b) 01 (um) profissionais de criação: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 12 (doze) meses, na criação/redação publicitária;
- c) 01 (um) profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica): possuir experiência comprovada, de no mínimo 12 (doze) meses, em produção;
- d) 01 (um) profissional de mídia: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 12 (doze) meses, em planejamento e execução de mídia;
- e) 01 (um) profissional de análise de dados (business Intelligence), nível sênior: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 12 (doze) meses, na área.

9.3.3. A CONTRATANTE se reserva no direito de realizar vistoria e inspeção para fins de atendimento as condições e características mencionadas no subitem anterior, sob pena de decair da contratação.

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

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

9.3.6. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.

9.3.7. Pertencem à CONTRATANTE todas 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 espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

9.3.8. O disposto no subitem anterior não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

9.3.10. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da 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.



9.3.11. O desrespeito ao disposto no subitem anterior 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 contrato.

9.3.12. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes desse instrumento no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

9.3.13. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE:

- a)** fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;
- b)** só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores;
- c)** apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados cadastrados no SIREF que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- d)** exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;
- e)** a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- f)** juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;
- g)** para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação:
- h)** “atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

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

9.3.15. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no SIREF, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

9.3.16. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

9.3.17. Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela CONTRATADA, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

9.3.18. A CONTRATADA está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

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

9.3.20. As disposições dos subitens anteriores não se aplicam à compra de mídia.

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



9.3.22. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

- a)** um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;
- b)** algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

9.3.23. Obter a autorização prévia da CONTRATANTE, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato.

9.3.24. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

9.3.25. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da CONTRATADA sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

9.3.26. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdo ou atividades ilegais.

9.3.27. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, blogs, canais ou plataformas digitais, cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza fake news, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

9.3.28. Apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, 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.

9.3.29. Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem anterior, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, 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.

9.3.30. O estudo de que trata o subitem anterior deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

9.3.31. O resultado da negociação global entre as partes vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

9.3.32. Ao final do período de 12 (doze) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

9.3.33. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado nesse subitem, a CONTRATANTE poderá solicitar novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

9.3.34. Encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

- a)** TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;
- b)** Internet: arquivos digitais;
- c)** Rádio: arquivos digitais; e
- d)** Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.



e) As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da CONTRATANTE.

9.3.35. Prestar os seguintes serviços à CONTRATANTE, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento:

a) manutenção de acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

9.3.36. O banco de imagens será constituído e mantido pelas agências contratadas em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a CONTRATANTE a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprovar.

9.3.37. 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 os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados.

9.3.38. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

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

9.3.40. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a CONTRATADA e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, permutadas entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

9.3.41. O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela CONTRATADA à CONTRATANTE após sua realização e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes será enviado quinzenalmente.

9.3.42. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

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

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

9.3.45. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

9.3.46. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

9.3.47. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

9.3.48. 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.

9.3.49. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

9.3.50. 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.



- 9.3.51. 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.
- 9.3.52. Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 9.3.53. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.
- 9.3.54. 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 da CONTRATANTE.
- 9.3.55. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.
- 9.3.56. Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores de bens e de serviços especializados 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.
- 9.3.57. 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 a CONTRATANTE.
- 9.3.58. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.
- 9.3.59. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
- 9.3.60. Responder por qualquer ação administrativa ou 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.
- 9.3.61. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.

9.4. São obrigações do CONTRATANTE, nos termos do art. 92, X, XI e XIV da Lei Federal n.º 14.133/21:

- 9.4.1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo Contratado, de acordo com o contrato e seus anexos.
- 9.4.2. Atestar a execução do objeto no prazo e condições estabelecidas no Projeto Básico.
- 9.4.3. Notificar o Contratado, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto fornecido, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas.
- 9.4.4. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo Contratado.
- 9.4.5. Comunicar a empresa para emissão de Nota Fiscal no que concerne à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento, quando houver controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, conforme o art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021.
- 9.4.6. Efetuar o pagamento ao Contratado do valor correspondente a execução do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente Contrato.
- 9.4.7. Aplicar ao Contratado as sanções previstas na lei e neste Contrato.
- 9.4.8. Cientificar o órgão de representação judicial do Município para adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento de obrigações pelo Contratado.



9.4.9. Explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste.

9.4.10. A Administração terá o prazo de 01 (um) mês, nos termos do art. 123, parágrafo único, da Lei n.º 14.133, de 2021 e o art. 28, do Decreto n.º 11.246, de 2022, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.

9.4.11. Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo contratado no prazo máximo de 01 (um) mês, nos termos do art. 123, parágrafo único, da Lei n.º 14.133, de 2021.

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

9.4.13. A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pelo Contratado com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do Contratado, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

9.4.14. Indicar o local e horário em que deverão ser executados os serviços.

9.4.15. Permitir ao pessoal da CONTRATADA, acesso ao local da execução desde que observadas as normas de segurança.

9.4.16. O(s) fiscal(is) irão controlar e monitorar a quantidade de resíduos coletados, por roteiro de coleta conforme disposto no inciso III do Art. 19 da Lei Federal 12.305/2010 (Política Nacional dos Resíduos Sólidos).

9.5. OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD:

9.5.1. As partes deverão cumprir a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD), quanto a todos os dados pessoais a que tenham acesso em razão do certame ou do contrato administrativo que eventualmente venha a ser firmado, a partir da apresentação da proposta no procedimento de contratação, independentemente de declaração ou de aceitação expressa.

9.5.2. Os dados obtidos somente poderão ser utilizados para as finalidades que justificaram seu acesso e de acordo com a boa-fé e com os princípios do art. 6º da LGPD.

9.5.3. É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei.

9.5.4. A Administração deverá ser informada no prazo de 5 (cinco) dias úteis sobre todos os contratos de suboperação firmados ou que venham a ser celebrados pelo Contratado.

9.5.5. Terminado o tratamento dos dados nos termos do art. 15 da LGPD, é dever do contratado eliminá-los, com exceção das hipóteses do art. 16 da LGPD, incluindo aquelas em que houver necessidade de guarda de documentação para fins de comprovação do cumprimento de obrigações legais ou contratuais e somente enquanto não prescritas essas obrigações.

9.5.6. É dever do contratado orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.

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

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

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

9.5.10. Bancos de dados formados a partir de contratos administrativos, notadamente aqueles que se proponham a armazenar dados pessoais, devem ser mantidos em ambiente virtual controlado, com registro individual rastreável de tratamentos realizados (LGPD, art. 37), com cada acesso, data, horário e registro da finalidade, para efeito de responsabilização, em caso de eventuais omissões, desvios ou abusos.



9.5.11. Os referidos bancos de dados devem ser desenvolvidos em formato interoperável, a fim de garantir a reutilização desses dados pela Administração nas hipóteses previstas na LGPD.

9.5.12. O contrato está sujeito a ser alterado nos procedimentos pertinentes ao tratamento de dados pessoais, quando indicado pela autoridade competente, em especial a ANPD por meio de opiniões técnicas ou recomendações, editadas na forma da LGPD.

9.5.13. Os contratos e convênios de que trata o § 1º do art. 26 da LGPD deverão ser comunicados à autoridade nacional.

CLÁUSULA DÉCIMA – DA SUBCONTRATAÇÃO

10.1. Não será permitida a subcontratação dos serviços sob qualquer hipótese.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS INFRAÇÕES, SANÇÕES E MULTAS

11.1. Nos termos dos arts. 155, 156 e 162 da Lei 14.133/2021 e das disposições constantes do Projeto Básico, após o regular Procedimento Administrativo de Apuração de Responsabilidade - PAAR, serão apenadas de acordo com a seguinte dosimetria, sem prejuízo das multas previstas neste contrato e das demais penalidades legais, assegurado a prévia e ampla defesa:

Ocorrência	Penalidade
a) Dar causa a inexecução parcial do objeto.	Advertência, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave
b) Dar causa à inexecução parcial do objeto que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo.	Impedimento de licitar e contratar no âmbito do Município pelo período de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave
c) Dar causa à inexecução total do objeto.	Impedimento de licitar e contratar no âmbito do Município pelo período de 1 (um) ano a 3 (três) anos, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
d) Deixar de entregar documentação exigida para o certame.	Impedimento de licitar e contratar no âmbito do Município pelo período de 1 mês a 6 meses, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
e) Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado.	Impedimento de licitar e contratar no âmbito do Município pelo período de 2 (dois) meses a 1 (um) ano, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
f) Não celebrar a ata de registro de preços ou não entregar a documentação exigida para a contratação quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta	Impedimento de licitar e contratar no âmbito do Município pelo período de 3 (três) meses a 2 (dois) anos, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
g) Ensejar o retardamento da execução do objeto ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado	Impedimento de licitar e contratar no âmbito do Município pelo período de 3 (três) meses a 1 (um) ano e 6 (seis) meses, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
h) Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa	Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, pelo período de 3 (três) a 6 (seis) anos



Ocorrência	Penalidade
durante a licitação ou a execução do objeto	
i) Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do objeto	Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, pelo período de 3 (três) a 6 (seis) anos
j) Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza	Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, pelo período de 3 (três) a 6 (seis) anos
k) Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação	Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, pelo período de 3 (três) a 6 (seis) anos
l) Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013	Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, pelo período de 3 (três) a 6 (seis) anos.

11.1.1. Nas condutas previstas nas letras “b”, “c”, “d”, “e”, “f” e “g” do item anterior, quando justificada a imposição de penalidade mais grave, será aplicada a sanção de declaração de inidoneidade para licitar e contratar, que impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

11.1.2. Além das penalidades acima descritas, serão aplicadas ao contratado as seguintes multas:

- a) Moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 15 (quinze) dias;
- b) Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor total do contrato por dia de atraso injustificado, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.
- b.1) O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.
- c) Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas “h”) a “l)” do subitem 12.1, de 20% a 30% do valor do Contrato.
- d) Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea “c)” do subitem 12.1, de 20% a 30% do valor do Contrato.
- e) Para infração descrita na alínea “b)” do subitem 12.1, a multa será de 15% a 20% do valor do Contrato.
- f) Para infrações descritas na alínea “g)” do subitem 12.1, a multa será de 10% a 15% do valor do Contrato.
- g) Para a infração descrita na alínea “a)” do subitem 12.1, a multa será de 5% a 10% do valor do Contrato, ressalvadas as seguintes infrações:

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

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

11.1.5. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021)

11.1.6. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

11.1.7. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

11.1.8. As demais disposições quanto ao cálculo de multas, compensações, formas de aplicação da sanção, instrução, condução e julgamento de Processo Administrativo de Apuração de Responsabilidade – PAAR, assim como, as disposições obrigatórias quanto aos padrões éticos serão aquelas constantes do Edital e do



Projeto Básico do processo a qual esse contrato se vincula, sem prejuízo das demais normativas municipais correspondentes.

- a) Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):
- b) a natureza e a gravidade da infração cometida;
- c) as peculiaridades do caso concreto;
- d) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
- e) os danos que dela provierem para o Contratante;
- f) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DOS CASOS OMISSOS

13.1. Os casos omissos serão decididos pelo contratante, segundo as disposições contidas na Lei nº 14.133, de 2021, e demais normas federais aplicáveis e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.078, de 1990 – Código de Defesa do Consumidor – e normas e princípios gerais dos contratos.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DAS ALTERAÇÕES

14.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021 e Decreto Municipal n.º 450/2023, de 28 de dezembro de 2023.

14.2. O contratado é obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, na forma do art. 125º da Lei n.º 14.133/21.

14.3. As alterações contratuais deverão ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, submetido à prévia aprovação da consultoria jurídica do contratante, salvo nos casos de justificada necessidade de antecipação de seus efeitos, hipótese em que a formalização do aditivo deverá ocorrer no prazo máximo de 1 (um) mês (art. 132 da Lei nº 14.133, de 2021).

14.4. Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do art. 136 da Lei nº 14.133, de 2021.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA EXTINÇÃO DO CONTRATO

15.1. O contrato será extinto quando cumpridas as obrigações de ambas as partes, ainda que isso ocorra antes do prazo estipulado para tanto.

15.2. Se as obrigações não forem cumpridas no prazo estipulado, a vigência ficará prorrogada até a conclusão do objeto, caso em que deverá a Administração providenciar a readequação do cronograma fixado para o contrato.

15.3. Quando a não conclusão do contrato referida no item anterior decorrer de culpa do contratado:

- a) ficará ele constituído em mora, sendo-lhe aplicáveis as respectivas sanções administrativas; e
- b) poderá a Administração optar pela extinção do contrato e, nesse caso, adotará as medidas admitidas em lei para a continuidade da execução contratual.

15.4. O contrato poderá ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133/21, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

15.4.1. Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.



15.4.2. A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a extinção se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

15.4.2.1. Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

15.5. O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

15.5.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

15.5.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

15.5.3. Indenizações e multas.

15.6. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, *caput*, da Lei n.º 14.133, de 2021).

15.7. O contrato poderá ser extinto caso se constate que o contratado mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau (art. 14, inciso IV, da Lei n.º 14.133, de 2021).

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DO RECEBIMENTO DOS SERVIÇOS

16.1. Da forma de recebimento (provisório e definitivo)

16.1.1. Os serviços serão recebidos provisoriamente, de forma sumária, no ato da conclusão da execução, juntamente com a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes no PROJETO BÁSICO e na proposta e verificação do cumprimento das exigências de caráter técnico e consequente aceitação mediante termo detalhado.

16.1.2. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, inclusive antes do recebimento provisório, quando em desacordo com as especificações constantes no PROJETO BÁSICO e na proposta, devendo ser refeitos no prazo de 02 (dois) dias, a contar da notificação da contratada, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

16.1.3. O recebimento definitivo ocorrerá no prazo de 10 (dez) dias úteis, a contar do recebimento da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente pela Administração, após verificado o cumprimento das exigências contratuais e consequente aceitação mediante termo detalhado.

16.1.4. Para as contratações decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 2021, o prazo máximo para o recebimento definitivo será de até 05 (cinco) dias úteis.

16.1.5. O prazo para recebimento definitivo poderá ser excepcionalmente prorrogado, de forma justificada, por igual período, quando houver necessidade de diligências para a aferição do atendimento das exigências contratuais.

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

16.1.7. O prazo para a solução, pelo contratado, de inconsistências na execução do objeto ou de saneamento da nota fiscal ou de instrumento de cobrança equivalente, verificadas pela Administração durante a análise prévia à liquidação de despesa, não será computado para os fins do recebimento definitivo.

16.1.8. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.



Pós conclusão dos procedimentos quanto ao recebimento, serão realizados os atos correspondentes a liquidação e pagamento da despesa.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DA PUBLICAÇÃO

17.1. Incumbirá ao Contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como, no Quadros de Avisos e Publicações e no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021, e ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011, c/c art. 7º, §3º, inciso V, do Decreto n. 7.724, de 2012.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

18.1. O CONTRATADO se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

18.2. O CONTRATANTE se reserva o direito de fazer uso de qualquer das prerrogativas dispostas no artigo 104 da Lei nº 14.133/2021 de 1º de abril de 2021.

18.3. A inadimplência do contratado com referência aos encargos trabalhistas, sociais, fiscais e comerciais não transfere ao CONTRATANTE a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto do contrato ou restringir a regularização e o uso dos serviços pela Administração.

18.4. O Contratado, na vigência do Contrato, será a única responsável perante terceiros pelos atos praticados por seu pessoal, eximida a Contratante de quaisquer reclamações e indenizações.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – DO FORO

19.1. O foro da Comarca de HORIZONTE é o competente para dirimir questões decorrentes da execução deste Contrato, em obediência ao art. 92, §1º da Lei 14.133/2021 de 1º de abril de 2021.

Assim pactuadas, as partes firmam o presente Instrumento, lavrado na Prefeitura Municipal de HORIZONTE/CE, perante testemunhas que também o assinam, para que produza os seus jurídicos e legais efeitos.

HORIZONTE – CE, ____ de _____ de _____.

Secretário(a) de _____
CONTRATANTE

EMPRESA: _____
Sr(a). _____
CONTRATADO

TESTEMUNHAS:

1. _____ CPF nº _____

2. _____ CPF nº _____



ANEXO III – PROJETO BÁSICO E SEUS ANEXOS

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 18082025.1.

1. INTRODUÇÃO

1.1. Objetivo

Este projeto básico tem por finalidade fornecer elementos necessários e suficientes, os quais, baseados nos dados constantes dos estudos técnicos preliminares acostados aos autos, servirão para realização de procedimento administrativo, cujas especificações técnicas e demais condições encontram-se detalhados no presente documento, conforme disposto nos arts. 6º, incs. X, XIII e XXIII, 18, 23, 40, 41 e 82, da Lei nº 14.133/2021, regulamentado pelo Decreto de nº 450/2023, desta Municipalidade.

1.2. Integram o presente projeto básico como se nele estivessem escritos, os seguintes documentos:

- I) Anexo I - apresentação da proposta técnica e julgamento das propostas técnicas
- II) Anexo II - briefing: descrição da situação geral
- III) Anexo III - relação dos documentos de habilitação relação dos documentos de habilitação para o procedimento; e
- IV) Estudo Técnico Preliminar – ETP e seus anexos.

2. INFORMAÇÕES PRIMÁRIAS, EXPOSIÇÃO DE NECESSIDADE, DETALHAMENTO E PLANEJAMENTO DO OBJETO.

2.1. Órgão(s) Interessado(s):

- SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO:
- GABINETE DO PREFEITO:
- SECRETARIA DE EDUCAÇÃO:
- SECRETARIA DE SAÚDE:
- SECRETARIA DE FINANÇAS:
- SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO:
- SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA, IGUALDADE E DESENVOLVIMENTO SOCIAL:
- FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL:
- SECRETARIA DE INFRAESTRUTURA, OBRAS PÚBLICAS E RECURSOS HÍDRICOS:
- SECRETARIA DE SEGURANÇA, CIDADANIA, TRÂNSITO E TRANSPORTE;
- SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER:
- SECRETARIA DE URBANISMO E AGROPECUÁRIA:
- SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO:
- AUTARQUIA DE MEIO AMBIENTE – AMMAH:

2.2. Objeto:

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS NECESSARIAMENTE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA DE INTERESSE DAS DIVERSAS SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE.

2.3. Justificativa:



A justificativa da necessidade do objeto e de seus quantitativos encontra-se pormenorizada em tópico específico constante dos Estudos Técnicos Preliminares - ETP, anexo ao presente procedimento administrativo

2.4. Do Plano de Contratação Anual - PCA:

O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual 2025, conforme detalhamento a seguir:

- ➔ SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO: 230/2024.
- ➔ GABINETE DO PREFEITO: 202/2024.
- ➔ SECRETARIA DE EDUCAÇÃO: 792/2025.
- ➔ SECRETARIA DE SAÚDE: 270/2024.
- ➔ SECRETARIA DE FINANÇAS: 791/2025.
- ➔ SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO: 794/2025.
- ➔ SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA, IGUALDADE E DESENVOLVIMENTO SOCIAL: 179/2024.
- ➔ FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL: 523/2024.
- ➔ SECRETARIA DE INFRAESTRUTURA, OBRAS PÚBLICAS E RECURSOS HÍDRICOS: 793/2025.
- ➔ SECRETARIA DE SEGURANÇA, CIDADANIA, TRÂNSITO E TRANSPORTE: 788/2025.
- ➔ SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER: 795/2025.
- ➔ SECRETARIA DE URBANISMO E AGROPECUÁRIA: 796/2025.
- ➔ SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO: 799/2025.
- ➔ AUTARQUIA DE MEIO AMBIENTE – AMMAH: 798/2025.

2.5. Descrição da solução como um todo considerado o ciclo de vida do objeto e especificação do produto:

A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada em tópico específico constante dos Estudos Técnicos Preliminares - ETP, anexo ao presente procedimento administrativo.

3. DA CLASSIFICAÇÃO ORÇAMENTÁRIA, DOS RECURSOS FINANCEIROS E ESTIMATIVA DA DESPESA

3.1. As despesas resultantes do presente objeto correrão a conta da seguinte classificação orçamentária:

SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
09.01	13 392 0004	2.074	1500000000	3.3.90.39.00

GABINETE DO PREFEITO:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
02.01	04 131 0004	2.005	1500000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO:



PREFEITURA DE
HORIZONTE
O TRABALHO CONTINUA

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
07.01	12 122 0002	2.033	1500100100	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE SAÚDE:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
05.01	10.122.0002	2.018	1500100200	3.3.90.39.00
	10.122.0020	2.019	1500100200	3.3.90.39.00
	10.301.0009	2.022	1500100200 1600000000 1706000000	3.3.90.39.00
	10.302.0010	2.024	1500100200 1600000000 1706000000	3.3.90.39.00
	10.302.0010	2.025	1500100200 1600000000 1706000000	3.3.90.39.00
	10.302.0010	2.027	1500100200 1600000000	3.3.90.39.00
	10.304.0012	2.032	1500100200 1600000000 1706000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE FINANÇAS:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
04.01	04.122. 0002	2.013	1500000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
03.01	01.122.0002	2.008	1500000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA, IGUALDADE E DESENVOLVIMENTO SOCIAL; E FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
15.02	08 245 0037	2.121	1500000000 / 1660000000	3.3.90.39.00
15.02	08 122 0039	2.117	1500000000 / 1660000000	3.3.90.39.00
15.02	08 245 0033	2.120	1500000000 /	3.3.90.39.00



			1660000000/ 1661000000	
15.02	08 245 0095	2.122	1500000000 / 1660000000/ 1661000000	3.3.90.39.00
15.01	08 122 0002	2.101	1500000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE INFRAESTRUTURA, OBRAS PÚBLICAS E RECURSOS HÍDRICOS:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
06.01	04 122 0002	2.148	1500000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE SEGURANÇA, CIDADANIA, TRÂNSITO E TRANSPORTE:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
16.01	04 122 0002	2.126	1500000000	3.3.90.39.00
16.01	04 122 0044	2.129	1752000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
10.01	27 122 0002	2.084	1500000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE URBANISMO E AGROPECUÁRIA:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
12.01	04 122 0002	2.155	1500000000	3.3.90.39.00

SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
13.01	04 122 0002	2.093	1500000000	3.3.90.39.00

AUTARQUIA DE MEIO AMBIENTE – AMMAH:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA.	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESAS
20.01	18 541 0023	2.146	1500000000	3.3.90.39.00

FONTE DE RECURSOS: RECURSOS PRÓPRIOS.

3.2. Valor global estimado:



ITEM	ESPECIFICAÇÃO	VALOR ESTIMADO
01	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 600.000,00
02	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DO GABINETE DO PREFEITO DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 400.000,00
03	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 400.000,00
04	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE SAÚDE DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 400.000,00
05	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE FINANÇAS DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 100.000,00
06	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 300.000,00
07	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA, IGUALDADE E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 200.000,00
08	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DO FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 240.000,00
09	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE INFRAESTRUTURA, OBRAS PÚBLICAS E RECURSOS HÍDRICOS DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 250.000,00
10	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE SEGURANÇA, CIDADANIA, TRÂNSITO E TRANSPORTE DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 200.000,00
11	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 200.000,00
12	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE URBANISMO E AGROPECUÁRIA DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 100.000,00
13	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 100.000,00
14	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA AUTARQUIA DE MEIO AMBIENTE - AMMAH DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 50.000,00

Valor total estimado: R\$ 3.540.000,00 (três milhões quinhentos e quarenta mil reais).

3.2.1. No decorrer da execução contratual, o fornecimento de bens e serviços especializados exigirá a apresentação pela agência contratada de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010.

3.2.2. Na contratação de veículos de comunicação e divulgação para distribuição das peças publicitárias desenvolvidas no âmbito de uma campanha, serão praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados, conforme disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

3.2.3. A agência fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

3.2.4. É facultado à Agência negociar parcela do “desconto padrão de agência” com o respectivo Anunciante, observados os preceitos estabelecidos no instrumento convocatório.

3.2.5. Nas transações entre Anunciantes e Agências tendo por objeto a parcela negociável do “desconto padrão de Agência”, adotar-se-ão como referência de melhor prática os parâmetros contidos no instrumento convocatório a estas Normas-Padrão.



3.2.6. É facultado à Agência negociar parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus com o respectivo Anunciante, observados os parâmetros contidos no instrumento convocatório, os quais poderão ser revistos pelo Conselho Superior das Normas-Padrão.

3.2.7. Para a fixação no edital de licitação do preço máximo a que o MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE se propõe a pagar, serão considerados os percentuais de descontos e honorários ora praticados nos contratos vigentes, bem como os preços praticados por outros órgãos e entidades, em contratações com valores similares, conforme disposto no mapa estimativo de preços, em anexo.

3.2.8. Os percentuais praticados pelo MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE são decorrentes de certames com valor contratual inicialmente estimado em montante próximo a presente demanda.

3.2.9. Após escolhida a solução adequada ao objeto, solicitou-se a realização de pesquisa de preços com fins a confecção de estimativa necessária a este critério. Dessa forma, considerando como referência o valor de **R\$ 3.540.000,00 (três milhões quinhentos e quarenta mil reais)**, que corresponde ao valor contratual estimado para ser inicialmente pactuado pelo MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE, entende-se pertinente estabelecer os seguintes honorários como percentuais máximos a serem aceitos no âmbito do certame como regra de remuneração de agência de propaganda:

a) percentual de desconto mínimo de **30%**, a ser concedido as SECRETARIAS MUNICIPAIS, sobre os **custos internos dos serviços executados pela licitante**, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará – SINAPRO-CE, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) honorários máximos de **12%** pela **renovação de direitos autorais**, pela realização de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e pela reimpressão de peças publicitárias;

c) honorários máximos de **12%** pela produção e execução técnica de peça e material cuja distribuição/veiculação não proporcione o desconto de agência; e

d) honorários máximos de **12%** pela utilização de formas inovadoras de comunicação publicitária, cuja execução não proporcione o desconto de agência.

3.3. Justificativa quanto ao sigilo do orçamento:

Não se aplica.

3.4. Metodologia do orçamento:

Orçamento quanto aos percentuais estimados para fins de oferta da proposta foram baseados em pesquisas de preços realizadas pelo Setor de Compras do município, conforme Mapa comparativo de preços em anexo aos autos.

4. REQUISITOS GERAIS DA CONTRATAÇÃO.

4.1. Sustentabilidade:

4.1.1. Os critérios de sustentabilidade serão aqueles que, eventualmente, estarão descritos na descrição da especificação dos itens do objeto, que se baseiam no Guia Nacional de Contratações Sustentáveis. No mais, o município ainda não dispõe de norma própria correspondente a tal temática, limitando-se tais exigências a construção das especificações, quando for o caso e ou as rotinas de fiscalização e padrões de desempenho, as quais analisarão tais requisitos, quando exigidos.

4.2. Indicação de marcas ou modelo:

4.2.1. Não se aplica.



4.3. Da exigência de prova de conceito:

4.3.1. Não se aplica, conforme justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar - ETP.

4.4. Da subcontratação:

4.4.1. Não é admitida a subcontratação do objeto contratual, conforme previsão constante do Estudo Técnico Preliminar - ETP.

4.5. Garantia da contratação:

4.5.1. Não haverá exigência da garantia da contratação consoante os dispostos nos artigos 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, bem como, pelas razões constantes do Estudo Técnico Preliminar - ETP.

5. DAS CONDIÇÕES E PRAZOS DE EXECUÇÃO/PRESTAÇÃO

5.1. Local de execução do Objeto

5.1.1. Os serviços serão prestados na sede da CONTRATADA e nos locais determinados pela CONTRATANTE, quando esses se fizerem necessários.

5.2. Forma de execução, acompanhamento e fiscalização da prestação dos serviços

5.2.1. A execução dos serviços licitados poderá ser feita de forma fracionada, de acordo com a necessidade do órgão interessado durante o prazo de contratação, mediante a expedição de periódicas **ORDENS DE SERVIÇO/AUTORIZAÇÕES DE EXECUÇÃO/ NOTA DE EMPENHO**, pela unidade administrativa contratante, constando a quantidade dos itens a serem executados.

5.2.2. A execução dos serviços será acompanhada e fiscalizada por servidor do órgão demandante, o qual deverá atestar os documentos da despesa, quando comprovada a fiel e correta entrega para fins de pagamento.

5.2.3. A presença da fiscalização do órgão demandante não elide nem diminui a responsabilidade da empresa contratada.

5.2.4. Caberá ao servidor designado rejeitar totalmente ou em parte, qualquer serviço que não esteja de acordo com as exigências, bem como, determinar prazo para readequação de serviço eventualmente fora de especificação.

5.3. Prazo para início

5.3.1. Os serviços deverão ser iniciados no prazo de até **05 (cinco) dias corridos**, a contar da emissão da **ORDEN DE SERVIÇO/AUTORIZAÇÃO DE EXECUÇÃO/NOTA DE EMPENHO**, que será enviada à contratada através de e-mail ou outro meio que comprove o seu recebimento.

5.3.2. A demanda correspondente a **ORDEN DE SERVIÇO/AUTORIZAÇÃO DE EXECUÇÃO/NOTA DE EMPENHO** devendo ser executado conforme demanda específica.

6. DA FORMA DE RECEBIMENTO DO OBJETO E PAGAMENTO

6.1. Da forma de recebimento (provisório e definitivo)

6.1.1. Os serviços serão recebidos **provisoriamente**, de forma sumária, no ato da conclusão da execução, juntamente com a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes no PROJETO BÁSICO e na proposta e



verificação do cumprimento das exigências de caráter técnico e consequente aceitação mediante termo detalhado.

6.1.2. Os Serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, inclusive antes do recebimento provisório, quando em desacordo com as especificações constantes no PROJETO BÁSICO e na proposta, devendo ser refeitos no prazo de 02 (dois) dias, a contar da notificação da contratada, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

6.1.3. O recebimento **definitivo** ocorrerá no prazo de 10 (dez) dias úteis, a contar do recebimento da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente pela Administração, após verificado o cumprimento das exigências contratuais e consequente aceitação mediante termo detalhado.

6.1.4. Para as contratações decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 2021, o prazo máximo para o recebimento definitivo será de até 05 (cinco) dias úteis.

6.1.5. O prazo para recebimento definitivo poderá ser excepcionalmente prorrogado, de forma justificada, por igual período, quando houver necessidade de diligências para a aferição do atendimento das exigências contratuais.

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

6.1.7. O prazo para a solução, pelo contratado, de inconsistências na execução do objeto ou de saneamento da nota fiscal ou de instrumento de cobrança equivalente, verificadas pela Administração durante a análise prévia à liquidação de despesa, não será computado para os fins do recebimento definitivo.

6.1.8. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

6.1.9. Pós conclusão dos procedimentos quanto ao recebimento, serão realizados os atos correspondentes a liquidação e pagamento da despesa.

6.2. Forma de pagamento

6.2.1. A liquidação e o pagamento da despesa serão efetuados em até **30 (trinta) dias** a contar do recebimento definitivo dos serviços, através de atesto do recebimento dos produtos e o encaminhamento da documentação necessária, devendo ser observado, ainda, os normativos internos correspondentes ao processo de pagamento e as disposições pactuadas, bem como, a ordem cronológica de pagamentos.

6.2.2. Para fins de instrução dos procedimentos de pagamento, além dos documentos citados no subitem anterior, o fornecedor deverá enviar obrigatoriamente a comprovação da regularidade fiscal e trabalhista, constante da seguinte documentação:

- a) Nota Fiscal/fatura discriminativa, em via única, devidamente atestada pelo gestor do contrato;
- b) Prova de Regularidade relativa aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, inclusive em relação as contribuições sociais;
- c) Prova de Regularidade relativa a Fazenda Estadual;
- d) Prova de Regularidade relativa a Fazenda Municipal;
- e) Prova de Regularidade relativa ao FGTS;



f) Prova de Regularidade relativa à Justiça do trabalho (Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - CNDT).

6.2.3.O setor competente quanto aos pagamentos realizará a consulta dos documentos apresentados por meio de verificação on-line ao SICAF ou, na impossibilidade de acesso ao referido Sistema, mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no art. 68 da Lei nº 14.133, de 2021.

6.2.4.A Administração deverá realizar consulta ao SICAF para:

6.2.4.1. verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas no edital;

6.2.4.2. identificar possível razão que impeça a participação em licitação, no âmbito do órgão ou entidade, que implique proibição de contratar com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas.

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

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

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

6.2.8.Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato, caso o contratado não regularize sua situação junto ao SICAF.

6.2.9.Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.

6.2.10. Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável.

6.2.11.Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, quando houver, serão retidos na fonte, quando da realização do pagamento, os percentuais estabelecidos na legislação vigente.

6.2.12.O contratado 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 à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

7. DO PRAZO DE VIGÊNCIA

7.1. O contrato produzirá seus jurídicos e legais efeitos a partir da data de sua assinatura e vigorará por **12 (DOZE) MESES**, prorrogável por até 10 (dez) anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

7.1.1.A execução dos serviços descritos é enquadrada como continuada, nos termos do Estudo Técnico Preliminar.

7.1.2.O contratado não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.



7.1.3. O contrato não poderá ser prorrogado quando o contratado tiver sido penalizado nas sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.

8. REQUISITOS ESPECÍFICOS DO PROCEDIMENTO

8.1. Os requisitos específicos desse procedimento serão disciplinados no anexo I deste projeto básico.

9. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

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

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

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

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

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

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

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

9.8. O fiscal do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º).

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

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

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

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

9.13. O fiscal administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de



apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

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

9.15. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da **ORDEM DE SERVIÇO/AUTORIZAÇÃO DE EXECUÇÃO/NOTA DE EMPENHO**, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração.

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

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

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

9.19. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso.

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

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

10. DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES:

10.1. **As partes se obrigam reciprocamente a cumprir integralmente as disposições do instrumento convocatório, da Lei Nº. 14.133/21 e normas complementares.**

10.2. **São obrigações do contratante, nos termos do art. 92, X, XI e XIV da Lei Federal n.º 14.133/21:**

10.2.1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo Contratado, de acordo com o contrato e seus anexos.

10.2.2. Atestar a execução do objeto no prazo e condições estabelecidas no PROJETO BÁSICO.

10.2.3. Notificar o Contratado, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto fornecido, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas.



10.2.4. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo Contratado.

10.2.5. Comunicar a empresa para emissão de Nota Fiscal no que pertine à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento, quando houver controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, conforme o art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021.

10.2.6. Efetuar o pagamento ao Contratado do valor correspondente a execução do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente Contrato.

10.2.7. Aplicar ao Contratado as sanções previstas na lei e neste Contrato.

10.2.8. Cientificar o órgão de representação judicial do Município para adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento de obrigações pelo Contratado.

10.2.9. Explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste.

10.2.10. A Administração terá o prazo de 01 (um) mês, nos termos do art. 123, parágrafo único, da Lei n.º 14.133, de 2021 e o art. 28, do Decreto n.º 11.246, de 2022, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.

10.2.11. Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo contratado no prazo máximo de 01 (um) mês, nos termos do art. 123, parágrafo único, da Lei n.º 14.133, de 2021.

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

10.2.13. A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pelo Contratado com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do Contratado, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

10.2.14. Indicar o local e horário em que os serviços serão prestados.

10.2.15. Permitir ao pessoal da CONTRATADA, acesso ao local da execução, se for o caso, desde que observadas as normas de segurança.

10.3. São obrigações do contratado, nos termos do art. 92, XIV, XVI e XVII da Lei Federal n.º 14.133/21:

10.3.1. O Contratado deve cumprir todas as obrigações constantes do Contrato e em seus anexos, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto, observando, ainda, as obrigações a seguir dispostas:

e) Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990).

f) Comunicar ao contratante, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data da execução, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação.

g) Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal ou gestor do contrato ou autoridade superior (art. 137, II, da Lei n.º 14.133, de 2021) e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados.

h) Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os bens nos quais se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados.



- i)** Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo contratante, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida, o valor correspondente aos danos sofridos.
- j)** Quando não for possível a verificação da regularidade no Sistema de Cadastro de Fornecedores – SICAF, o contratado deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, junto com a Nota Fiscal para fins de pagamento, os seguintes documentos: 1) prova de regularidade relativa à Seguridade Social; 2) certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União; 3) certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Estadual ou Distrital do domicílio ou sede do contratado; 4) Certidão de Regularidade do FGTS – CRF; e 5) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.
- k)** Responsabilizar-se pelo cumprimento de todas as obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais, comerciais e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade ao contratante e não poderá onerar o objeto do contrato.
- l)** Comunicar ao Fiscal do contrato, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique no local da execução do objeto contratual.
- m)** Paralisar, por determinação do contratante, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros.
- n)** Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições exigidas para habilitação na licitação.
- o)** Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação (art. 116, da Lei n.º 14.133, de 2021).
- p)** Comprovar a reserva de cargos a que se refere a cláusula acima, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas (art. 116, parágrafo único, da Lei n.º 14.133, de 2021).
- q)** Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato.
- r)** Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no art. 124, II, d, da Lei nº 14.133, de 2021.
- s)** Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas de segurança do contratante.
- t)** Alocar os empregados necessários, com habilitação e conhecimento adequados, ao perfeito cumprimento das cláusulas deste contrato, fornecendo os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios demandados, cuja quantidade, qualidade e tecnologia deverão atender às recomendações de boa técnica e a legislação de regência.
- u)** Orientar e treinar seus empregados sobre os deveres previstos na Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, se for o caso, adotando medidas eficazes para proteção de dados pessoais a que tenha acesso por força da execução deste contrato.
- v)** Conduzir os trabalhos com estrita observância às normas da legislação pertinente, cumprindo as determinações dos Poderes Públicos, mantendo sempre limpo o local de execução do objeto e nas melhores condições de segurança, higiene e disciplina.



w) Submeter previamente, por escrito, ao contratante, para análise e aprovação, quaisquer mudanças nos métodos executivos que fujam às especificações do memorial descritivo ou instrumento congênere.

x) Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezesseis anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos, nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre.

y) Assinar e devolver a **ORDEM DE SERVIÇOS/AUTORIZAÇÃO DE EXECUÇÃO/NOTA DE EMPENHO** ao Município de Horizonte/CE no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas, a contar da data do seu recebimento.

z) Executar os serviços licitados no prazo máximo estabelecido no PROJETO BÁSICO, contados do recebimento da **ORDEM DE SERVIÇOS/AUTORIZAÇÃO DE EXECUÇÃO/NOTA DE EMPENHO**, nos locais determinados pelo órgão solicitante, observando rigorosamente as especificações contidas no PROJETO BÁSICO, nos anexos e disposições constantes de sua proposta de preços, assumindo a responsabilidade pelo pagamento de todos os impostos, taxas e quaisquer ônus de origem federal, estadual e municipal, bem como, quaisquer encargos judiciais ou extrajudiciais, sejam trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato que lhes sejam imputáveis, inclusive com relação a terceiros, em decorrência da celebração do contrato.

aa) A reparar, corrigir, remover ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções.

bb) Responsabilizar-se 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 o acompanhamento pelo órgão interessado.

cc) Aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem na execução, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, na forma do art. 125º da Lei n.º 14.133/21.

dd) Prestar os esclarecimentos que forem solicitados pelo Município de Horizonte /CE, cujas reclamações se obriga a atender prontamente, bem como dar ciência ao mesmo, imediatamente e por escrito, de qualquer anormalidade que verificar quando da execução do contrato.

ee) No caso de constatação da inadequação do objeto licitado às normas e exigências especificadas no PROJETO BÁSICO, no edital ou na proposta de preços da CONTRATADA, a CONTRATANTE os recusará, devendo no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas ser adequados às supracitadas condições.

11. INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS (art. 92, XIV)

11.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o licitante/adjudicatário que, com dolo ou culpa:

h) deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo/a agente de contratação/a durante o certame;

i) Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta em especial quando:

b.1) não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;

b.2) recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;

b.3) pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou

b.4) deixar de realizar prova de conceito;

b.5) apresentar proposta ou prova de conceito em desacordo com as especificações do edital;



- j) não celebrar contrato ou não entregar a documentação exigida para a assinatura de tais instrumentos, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- k) recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;
- l) apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação;
- m) fraudar a licitação;
- n) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:
 - o) agir em conluio ou em desconformidade com a lei;
 - p) induzir deliberadamente a erro no julgamento;
 - q) apresentar amostra falsificada ou deteriorada;
 - r) praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
 - s) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013.

11.1.1. Serão aplicadas ao licitante/adjudicatário que incorrer nas infrações acima descritas, garantida a defesa prévia, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal, as seguintes sanções:

- a) advertência;
- b) multa;
- c) impedimento de licitar e contratar e
- d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

11.1.2. Na aplicação das sanções serão considerados:

- a) a natureza e a gravidade da infração cometida.
- b) as peculiaridades do caso concreto
- c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes
- d) os danos que dela provierem para a Administração Pública
- e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

11.1.3. Para fins de dosimetria e cálculo das penalidades acima impostas, estas tomarão como base os parâmetros delineados no tópico a seguir.

11.2. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que, com dolo ou culpa:

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato;
- d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.



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

a) **Advertência**, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);

b) **Impedimento de licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);

c) **Declaração de inidoneidade para licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).

d) **Multa**:

d.1) Moratória de 1% (um por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;

d.2) Compensatória de 30% (trinta por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto.

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

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

11.2.4. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 05 (CINCO) DIAS úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021)

11.2.5. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

11.2.6. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

11.2.7. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

11.2.8. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

a) a natureza e a gravidade da infração cometida;

b) as peculiaridades do caso concreto;

c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

d) os danos que dela provierem para o Contratante;

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

11.2.9. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).



11.2.10. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021).

11.2.11. O Contratante deverá, no prazo máximo 05 (CINCO) DIAS úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021).

11.2.12. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

11.2.13. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante.

12. DA EXTINÇÃO CONTRATUAL (art. 92, XIX)

12.1. O contrato se extingue quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contraentes.

12.1.1. O contrato pode ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para o Contratante, quando esta não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

12.1.2. A extinção nesta hipótese ocorrerá na próxima data de aniversário do contrato, desde que haja a notificação do contratado pelo contratante nesse sentido com pelo menos 2 (dois) meses de antecedência desse dia.

12.1.3. Caso a notificação da não-continuidade do contrato de que trata este subitem ocorra com menos de 2 (dois) meses da data de aniversário, a extinção contratual ocorrerá após 2 (dois) meses da data da comunicação.

12.2. O contrato pode ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133/21, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

12.2.1. Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.

12.2.2. A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a rescisão se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

12.2.3. Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

12.2.4. O termo de rescisão, sempre que possível, será precedido:

12.2.5. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

12.2.6. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

12.2.7. Indenizações e multas.



12.3. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021).

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

13. DAS ALTERAÇÕES

13.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021 e Decreto Municipal n.º 450/2023.

13.2. O contratado é obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

13.3. As alterações contratuais deverão ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, submetido à prévia aprovação da consultoria jurídica do contratante, salvo nos casos de justificada necessidade de antecipação de seus efeitos, hipótese em que a formalização do aditivo deverá ocorrer no prazo máximo de 1 (um) mês (art. 132 da Lei nº 14.133, de 2021).

13.4. Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do art. 136 da Lei nº 14.133, de 2021.

14. DO REAJUSTAMENTO, ATUALIZAÇÃO E REEQUILÍBRIO

14.1. Os preços inicialmente contratados são fixos e irrevogáveis no prazo de um ano contado da data do orçamento (Mapa de preços), estimado em **10/09/2025**.

14.2. Após o interregno de um ano, e independentemente de pedido do contratado, os preços iniciais serão reajustados, mediante a aplicação, pelo contratante, do índice IPCA, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade. De acordo com o caso concreto, poderá ser utilizado outro índice específico ou setorial ao já definido, em conformidade com a realidade de mercado dos respectivos insumos.

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

14.4. No caso de atraso ou não divulgação do(s) índice (s) de reajustamento, o contratante pagará ao contratado a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja(m) divulgado(s) o(s) índice(s) definitivo(s).

14.5. Nas aferições finais, o(s) índice(s) utilizado(s) para reajuste será(ão), obrigatoriamente, o(s) definitivo(s).

14.6. Caso o(s) índice(s) estabelecido(s) para reajustamento venha(m) a ser extinto(s) ou de qualquer forma não possa(m) mais ser utilizado(s), será(ão) adotado(s), em substituição, o(s) que vier(em) a ser determinado(s) pela legislação então em vigor.

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

14.8. O reajuste será realizado por apostilamento.

14.9. Os pedidos de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro serão respondidos no prazo máximo de 60 (sessenta) dias, observada a vigência contratual.

15. DOS CASOS OMISSOS (art. 92, III)



15.1 Os casos omissos serão decididos pelo(s) órgão(s) demandante(s), segundo as disposições contidas na Lei nº 14.133, de 2021, nos regulamentos e normas locais específicas, nas normas federais aplicáveis e, subsidiariamente, pelas normas e princípios gerais em Direito Admitidas.

16. DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS - LGPD

16.1. A LICITANTE obriga-se durante a participação de todas as fases do certame, a atuar em conformidade com a Legislação vigente sobre Proteção de Dados Pessoais e dados pessoais sensíveis, em especial a regulamentos municipais e a Lei nº 13.709/2018, empenhando-se em proceder a todo tratamento de dados pessoais que venha a mostrar-se necessário.

16.2. A LICITANTE declara que tem ciência da existência da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e deverá garantir, por seu representante legal e/ou pelo seu procurador, a confidencialidade dos dados pessoais a que tem acesso, deverá zelar e responsabilizar-se pela proteção dos dados e privacidade, respondendo pelos danos que possa causar.

16.3. É vedado a LICITANTE a utilização de todo e qualquer dado pessoal repassado em decorrência do certame, para finalidade distinta da participação deste. As Partes deverão, nos termos deste instrumento, cumprir com suas respectivas obrigações que lhes forem impostas de acordo com regulamentos e leis aplicáveis à proteção de dados pessoais.

16.4. A LICITANTE será integralmente responsável pelo pagamento de perdas e danos de ordem moral e material, bem como pelo ressarcimento do pagamento de qualquer multa ou penalidade imposta ao Município e/ou a terceiros, diretamente resultantes do descumprimento pela LICITANTE de qualquer das cláusulas previstas neste edital quanto a proteção e uso dos dados pessoais.

16.5. O MUNICÍPIO e a LICITANTE, quando do tratamento de dados pessoais, o fará de acordo com as bases legais previstas nas hipóteses dos arts. 7º, 11 e/ou 14 da Lei 13.709/2018, e para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular.

HORIZONTE/CE, 12 DE SETEMBRO DE 2025.

UNIDADE TÉCNICA/RESPONSÁVEL	
RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO DO DOCUMENTO:	
ANTÔNIO ADAIRTON OLIVEIRA GUERRA COORDENADOR FINANCEIRO	
ÓRGÃOS RESPONSÁVEIS PELA DEMANDA	
ITACIANA CARNEIRO ANDRADE SECRETÁRIA DE CULTURA E TURISMO	
ANTÔNIA KATIA DE OLIVEIRA MAIA GABINETE DO PREFEITO	RICARDO DANTAS SAMPAIO SECRETARIA DE INFRAESTRUTURA, OBRAS PÚBLICAS E RECURSOS HÍDRICOS
GEZENIRA RODRIGUES DA SILVA SECRETARIA DE EDUCAÇÃO	JOSÉ NETO MAIA SECRETARIA DE SEGURANÇA, CIDADANIA, TRÂNSITO E TRANSPORTE



ANA CLÁUDIA DE FRANÇA MORAIS SECRETARIA DE SAÚDE	CARLOS ELOY CAVALCANTE LIMA SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER
RICARDO SANTOS TEIXEIRA SECRETARIA DE FINANÇAS	LARA HILL MOREIRA DA ROCHA SECRETARIA DE URBANISMO E AGROPECUÁRIA
JAIME RIBEIRO DO NASCIMENTO SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO	URBANO COSTA LIMA SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO
MARGARIDA RAVENNA GUIMARAES CHAVES SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA, IGUALDADE E DESENVOLVIMENTO SOCIAL/ FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL	RENÊ CORDEIRO GOMES DE FREITAS AUTARQUIA DE MEIO AMBIENTE – AMMAH

“Este documento é parte integrante e contém cópia fiel dos dados do Projeto Básico original, tendo sido reproduzido em formato digital para fins de atendimento a inserção eletrônica nos portais, contudo, fora baseado no documento de origem o qual repousa dos autos”.



ANEXO I

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

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

1. em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
2. capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
3. conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 1.2.2;
4. espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas; não há padrão exigido para as margens superior e inferior;
5. títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
6. espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
7. alinhamento justificado do texto;
8. texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observadas as disposições dos subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3; permitida a utilização de itálico, negrito e sublinhado;
9. numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
10. sem identificação da licitante.

1.2.1 As especificações do subitem 1.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.3.6.

1.2.2 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 8 a 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:



c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

1.2.3 Os gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I - ser editados em cores;

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

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

1.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, infográficos, tabelas e ou planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

1.2.4 Os exemplos de peças integrantes da Ideia Criativa deverão ser apresentados separados do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 1.2.

1.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto na alínea 'c' do subitem 1.1.1.2 do anexo 1.

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

1.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

1.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 1.1.1.2 do anexo 1.

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

1.2.9 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite previsto no subitem 1.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 1.2, no que couber.

1.3 A licitante deverá apresentar o **Plano de Comunicação Publicitária** com base no Briefing (Anexo 4 do Edital), observadas as seguintes orientações:

1.3.1 . **Subquesto 1 – Raciocínio Básico** – apresentação em que a licitante descreverá:

a. 1. análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;

b. 2. diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c. 3. compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo I do Edital).

1.3.2 **Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária** - apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing (Anexo I do Edital), compreendendo:

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

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária,



especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

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

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

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.

1.3.3.1 A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e de suas funções táticas na campanha proposta.

1.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 1.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

1.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b) 'monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;

c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

d) 'boneca' ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

1.3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real, ampliado ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passepapout*, observado o disposto no subitem 1.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

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

1.3.3.3.3. Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

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

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

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



1.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Comissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, *spot* rádio, anúncio revista, *banner* internet).

1.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, 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) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, anúncio para *tablets*, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger* e similares, entre outros), será considerada 1 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 1 (uma) peça;
- e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 2 (duas) peças.

1.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea 'd' do subitem 1.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária e a Ideia Criativa propostas, sob a forma de textos, tabelas, gráficos, infográficos e ou planilhas, contemplando:

- a) estratégia de mídia e não mídia: proposição e defesa dos meios de divulgação, das formas inovadoras de comunicação e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha;
- b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e demais meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de divulgação;
- c) plano de mídia: composto de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos e demais meios de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;
- d) plano de formas inovadoras de comunicação publicitária: composto por planilhas com a indicação de uso de plataformas de comunicação e divulgação, informando fornecedor, valor a ser aplicado e indicadores-chave de performance (KPI);
- e) simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis).

1. Na estratégia de não mídia deverão ser apresentadas as iniciativas publicitárias que não envolvam a aquisição de espaços e tempos publicitários, tais como o uso de canais proprietários do Ministério das Comunicações, a divulgação de conteúdo publicitários em suas plataformas e redes (sociais, vídeo, áudio etc.), em formato orgânico, entre outros a critério da licitante.

1.3.4.2 Todas as peças publicitárias que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

1.3.4.3 O plano de mídia e não mídia e/ou de formas inovadoras de comunicação deverão apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação/plataformas



de comunicação e divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e demais meios de divulgação, separados por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos e demais meios de divulgação;

e) os valores (absolutos e percentuais) que a licitante propõe alocar em ações para desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação), em consonância com novas tecnologias, com a indicação dos respectivos fornecedores e métricas que serão utilizadas (taxa de impressão, custo por alcance, CPC, CPE, custo por curtida etc.), de acordo com o disposto nos subitens e 1.3.4.3.2.

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a plataformas de comunicação e divulgação;

g) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia;

h) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;

i) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária ou material publicitário de não mídia;

No caso de soluções via plataformas de comunicação e divulgação, deverão ser considerados os valores de tabela cheia dos fornecedores que operam com tabela e/ou os valores resultantes das simulações feitas nessas plataformas de comunicação e divulgação, conforme os parâmetros, objetivos e formatos de compra definidos na estratégia de mídia proposta pela licitante.

1.3.4.3.1. Para fins desta concorrência, enquadram-se na categoria de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação) as ações destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, a exemplo das redes sociais, dos sites de buscas e das plataformas digitais (Facebook, Google, Instagram, Twitter, TikTok, Kwai, LinkedIn e YouTube, entre outros).

1.3.4.4 Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação que operam com tabelas públicas deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

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

c) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

1.3.4.4.1 Caso o Edital desta concorrência venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 1.3.4.4 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

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

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

1.5 **Quesito 2 - Capacidade de Atendimento:** a licitante deverá apresentar as informações que



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

1.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 1.5 não poderá apresentar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, infográficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar as seguintes informações para cada subquesito, abaixo discriminadas:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do contratante para a execução do contrato;
- d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato; e
- e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Ministério das Comunicações, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

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

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

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

1.8.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2020.

1.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.7 ou ser apresentadas soltas.

1.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.7 ou ser apresentadas soltas. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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



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

1.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agências de propaganda.

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

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

1.10 A licitante deverá apresentar 3 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 4 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

- I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura do funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III – não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

1.10.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 1.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

1.10.2 As ações dos Relatos de que trata o subitem 1.10 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2020.

1.10.3 É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

- I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.9 ou ser apresentadas soltas;
- II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;
- III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.



1.10.3.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

2.1 Esta concorrência será processada e julgada por AGENTE DE CONTRATAÇÃO, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

2.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Comissão Técnica cuja constituição obedecerá às disposições a serem estabelecidas no Edital desta concorrência.

2.2.1 A Comissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste anexo e no Edital.

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

2.3.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

2.3.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

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

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

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

2.3.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

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

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

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do contratante seus públicos;

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Ministério das Comunicações, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo I do Edital);

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.

2.3.1.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa

a. 1. o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;

b. 2. a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c. 3. a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;

d. 4. a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;

e. 5. a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

f. 6. a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;

g. 7. a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.



2.3.1.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a. 1. a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b. 2. a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c. 3. a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- d. 4. a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- e. 5. a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Ministério das Comunicações e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- f. 6. o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

2.3.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

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

2.3.3 Quesito 3 - Repertório

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

2.3.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a. 1. a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b. 2. a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c. 3. a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d. 4. o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

2.4.1 Além de examinar o atendimento, pelas licitantes, das disposições estabelecidas para a apresentação e julgamento das Propostas, a Comissão Técnica deverá efetuar um exame comparativo entre as Propostas apresentadas em relação a cada quesito e subquesto.



2.4.1.1 A comparação entre as propostas deverá aferir o maior ou menor grau de adequação de cada uma aos critérios de julgamento.

2.4.1.2 As diferenças de grau de adequação entre as Propostas deverão refletir-se na gradação das pontuações atribuídas a cada quesito e subquesito.

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

Quesitos	Pontuação máxima
1. Plano de Comunicação Publicitária	65
1. Raciocínio Básico	5
2. Estratégia de Comunicação Publicitária	25
3. Ideia Criativa	25
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2. Capacidade de Atendimento	15
3. Repertório	10
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação total	100

2.4.2.1 Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 1.8.1 e 1.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 2.4.2 deste anexo.

2.4.3 A pontuação final de cada quesito ou subquesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Comissão Técnica, expressa em 1 (uma) casa decimal.

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

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

2.4.5 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.5 Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a agência de propaganda com a maior pontuação, observado o disposto no subitem 2.6.

2.5.1 Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante mais bem classificada, será assim considerada a licitante que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos de Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.5.2 Se ainda assim persistir o empate, a decisão será feita por sorteio, na forma a ser disciplinada



no Edital desta concorrência.

2.6 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

- a) apresentar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, resulte, inequivocamente, na identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.6.1 Ante a ocorrência da situação de que trata a alínea 'a' do subitem anterior, a Comissão Técnica deverá registrar em ata o nome da licitante identificada e o motivo concreto e inequívoco que constituiu a identificação.

2.7 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender a outras exigências deste anexo e do Edital, a depender da gravidade da ocorrência.

3. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

3.1 As licitantes deverão elaborar Proposta de Preços com base no modelo que constitui o Anexo III do Edital.

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

3.2 O prazo de validade da Declaração de que trata o subitem 1.3 do referido modelo deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

3.2.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos Invólucros nº 4, a AGENTE DE CONTRATAÇÃO realizará com ela diligência nos termos do § 2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

3.2.1.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos Invólucros nº 4 ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

3.2.2 As Propostas de Preços, apresentadas pelas licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, serão analisadas e julgadas pela AGENTE DE CONTRATAÇÃO no tocante ao atendimento das disposições do Edital e deste anexo.

3.2.3 Será considerada classificada à próxima etapa do certame a licitante cuja Proposta esteja em conformidade com as disposições do Edital e deste anexo.

3.3 Será desclassificada a licitante cuja Proposta tenha sido apresentada com vício insanável em relação às disposições do Edital e deste anexo.



ANEXO II – DO PROJETO BÁSICO

BRIEFING: DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO GERAL

CONTEXTUALIZAÇÃO:

Horizonte, um município em franco crescimento no Ceará, consolidou-se como um importante polo industrial e logístico, impulsionando sua economia e atraindo investimentos. Contudo, a Prefeitura Municipal de Horizonte busca agora consolidar os avanços, diversificar suas atividades econômicas e enfrentar desafios sociais, urbanos e ambientais decorrentes do rápido desenvolvimento, demandando atenção e investimentos estratégicos para garantir um crescimento sustentável e inclusivo.

DADOS DEMOGRÁFICOS:

Com base nos dados mais recentes, o município de Horizonte, localizado no Ceará, apresenta para 2025 uma população estimada em 81.161 habitantes, segundo o IBGE. Com área territorial de aproximadamente 160 km², a cidade possui uma densidade demográfica superior a 460 hab./km², refletindo seu adensamento urbano. O crescimento tem sido expressivo: em 2022, o Censo registrou 74.755 moradores, demonstrando tendência de expansão contínua. A população é majoritariamente urbana e apresenta alta taxa de escolarização na faixa de 6 a 14 anos (98,7%). No campo socioeconômico, o município alcança um PIB per capita de cerca de R\$ 30,3 mil e mantém indicadores como o IDHM de 0,658, considerado médio, além de mortalidade infantil em torno de 10,5 por mil nascidos vivos.

Esses dados revelam uma cidade em crescimento, com desafios sociais, mas também com avanços na educação e no desenvolvimento econômico. Estes indicadores demográficos caracterizam uma cidade em expansão populacional, com significativa densidade urbana, altos índices de escolarização, um perfil étnico diversificado e um desenvolvimento humanístico e econômico de nível médio, estando inserida em uma região metropolitana dinâmica.

ECONOMIA:

- **Indústria:** Principal motor econômico, com um parque industrial diversificado que inclui setores como calçadista, metalúrgico e de alimentos. A expansão contínua gera empregos e renda, sendo fundamental a atração de novas indústrias e a manutenção de um ambiente favorável ao investimento.
- **Comércio e Serviços:** Setores em crescimento exponencial, impulsionados pela população crescente e pelo dinamismo industrial. A diversificação e a modernização do comércio local são prioridades para atender às demandas de consumo e gerar mais oportunidades.
- **Logística:** Posição estratégica com acesso facilitado a importantes rodovias, tornando Horizonte um hub logístico promissor. Investimentos em infraestrutura logística são cruciais para potencializar essa vocação.
- **Agricultura:** Embora em menor escala frente à indústria, a agricultura familiar e a produção



de hortaliças e frutas contribuem para o abastecimento local. A prefeitura incentiva práticas que promovem a saúde do solo e a biodiversidade na agricultura sustentável.

- **Pecuária:** A criação de bovinos e aves, embora não seja o foco principal, complementa a economia rural. Há potencial para o desenvolvimento de pequenas e médias propriedades com foco em agregação de valor.
- **Geração de Emprego e Renda:** A forte atuação industrial e comercial impulsiona a geração de empregos formais, sendo um dos maiores empregadores da região. A administração investe em qualificação profissional para atender à demanda do mercado de trabalho.
- **Investimento em Infraestrutura:** O crescimento econômico demanda investimentos contínuos em infraestrutura urbana, saneamento, energia e transporte, essenciais para a atração de novas empresas e a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos.
- **Turismo de Negócios e Eventos:** Com a crescente atividade industrial, há um potencial para o desenvolvimento do turismo de negócios e a realização de eventos corporativos, que podem impulsionar a rede hoteleira e de serviços.

SUSTENTABILIDADE:

Horizonte se destaca na sustentabilidade, alinhando-se à Agenda 2030 da ONU e às leis ambientais vigentes. A cidade tem demonstrado um compromisso exemplar com a proteção do meio ambiente e o desenvolvimento sustentável, investindo significativamente em diversas áreas. Isso inclui a implementação de programas robustos de educação ambiental, que visam conscientizar a população sobre a importância da preservação. Além disso, a gestão de resíduos sólidos tem sido aprimorada com a adoção de tecnologias de reciclagem e compostagem, reduzindo o impacto ambiental do lixo. A arborização urbana é outra prioridade, com o plantio de novas árvores e a manutenção das áreas verdes existentes, contribuindo para a melhoria da qualidade do ar e a redução das ilhas de calor. A agricultura sustentável também recebe atenção especial, incentivando práticas que promovem a saúde do solo e a biodiversidade. Essas ações integradas refletem uma visão holística de desenvolvimento, unindo a prosperidade econômica, o bem-estar social e a proteção ambiental, pavimentando um futuro próspero e equilibrado para as próximas gerações, consolidando Horizonte como um modelo de cidade verde, o que pode ser constatado com o devido reconhecimento das certificações obtidas, como:

- **Selo TCE Ceará Sustentável:** O Tribunal de Contas do Estado do Ceará premiou Horizonte pelo projeto “Horizonte Sustentável”, uma iniciativa intersetorial que envolve educação ambiental, hortas escolares e distribuição de mudas, promovida pela SEMAM e demais secretarias
- **Certificação Reverse Energy da Enel:** Em 3 de novembro de 2024, o município recebeu a certificação da Enel Distribuição Ceará em razão de seu programa de sustentabilidade. O destaque foi o ecoponto para material eletrônico, que oferece cut-in na fatura de energia em troca de resíduos



- **Selo Município Verde do Governo do Ceará:** Em 29 de novembro de 2024, o Estado certificou 40 municípios como “Município Verde”, premiando aqueles que apresentam ações concretas de conservação ambiental e uso sustentável de recursos.

CULTURA:

A cultura do município é marcada por uma rica diversidade de expressões artísticas e tradições populares que refletem a identidade de seu povo. Ao longo do ano, a cidade promove importantes eventos culturais, como o São João de Horizonte, celebrado com apresentações de quadrilhas juninas, festividades comunitárias e atividades que valorizam a cultura nordestina. Outro destaque é o Hori Folia, festa tradicional que movimenta o calendário cultural local. Através do projeto “Horizonte Cultural: Cidade de Todas as Culturas”, são realizadas oficinas, cursos, apresentações de teatro, dança, cinema comunitário e outras atividades que aproximam a população das artes e fortalecem os vínculos comunitários. A cultura afro-brasileira também tem espaço significativo no município, especialmente no Distrito de Queimadas/Alto Alegre, onde está localizado o Centro Cultural Quilombola Negro Cazuza, voltado à valorização da história e dos saberes tradicionais das comunidades quilombolas. Manifestações como o maneiro-pau, além de práticas esportivas como o futebol e o futsal, integram o cotidiano cultural da cidade. Com o apoio de políticas públicas e ações da Secretaria de Cultura e Turismo, Horizonte tem fortalecido suas expressões culturais, promovendo inclusão, diversidade e o desenvolvimento de uma identidade cultural sólida e participativa.

SAÚDE:

A política de saúde pública de Horizonte tem se fortalecido por meio de iniciativas inovadoras e parcerias estratégicas. Um destaque significativo é o Programa Dignidade Íntima, ativo desde 2021, que distribui absorventes a meninas, mulheres e pessoas trans em situação de vulnerabilidade, integrando Saúde, Educação e Assistência Social para reduzir o absenteísmo escolar e promover cidadania. A implantação do Prontuário Eletrônico do SUS em 100% das unidades municipais, posicionando Horizonte como pioneiro no Ceará, garante registro eletrônico de atendimentos, exames e medicações, melhorando a eficiência da gestão e a continuidade do cuidado. A Prefeitura também firmou convênios com a Escola de Saúde Pública do Ceará (ESP/CE) e a UFC para trazer residentes e estudantes às UBS, ampliando capacidade e qualidade do atendimento local. Na prevenção, o projeto “Binho: entre o ser palhaço e o educador social” foi reconhecido entre os 12 melhores do estado por sua abordagem lúdico-educativa no combate ao *Aedes aegypti*. Em saúde sexual, as UBS de Lagoinha e Mangueiral recebem capacitação para oferta de PrEP e PEP contra o HIV. Durante a pandemia de Covid-19, o município criou um comitê intersetorial, implementou plano de contingência, reforçou o atendimento na UPA e hospital municipal, e intensificou campanhas educativas, evidenciando capacidade de resposta aprimorada. Essas ações, somadas à atuação em atenção básica (Saúde da Família) e às resoluções estruturais como UPA 24h, consolidam um sistema de saúde pública cada vez mais integrado, tecnológico e voltado à promoção, prevenção e equidade em Horizonte.

TURISMO DE NEGÓCIOS:



O município vem se consolidando como um importante polo do turismo de negócios na Região Metropolitana de Fortaleza, impulsionado por sua crescente industrialização, localização estratégica e infraestrutura logística em expansão. A presença de distritos industriais, como o Distrito Industrial de Horizonte (DIH) e o novo Centro Empresarial Logístico (CEL), tem atraído empresas dos setores de transporte, distribuição, manufatura e serviços, o que gera um fluxo constante de profissionais, investidores e executivos à cidade. Essa dinâmica tem estimulado o surgimento de pousadas, centros de eventos, espaços corporativos e serviços de apoio como transporte executivo, locação de veículos e agências receptivas, que contribuem para a estruturação do setor. A localização privilegiada entre grandes rodovias (BR-116, CE-040) e a proximidade com o Porto do Pecém e o Aeroporto Internacional Pinto Martins favorecem a mobilidade e a logística para reuniões, treinamentos e feiras empresariais. Além disso, a produção do primeiro modelo de carro 100% elétrico, será no Polo Automotivo do Ceará, em Horizonte, a primeira planta multimarcas do Brasil, o Chevrolet Spark EUV, que será fabricado pela General Motors (GM), reforçando o compromisso com a mobilidade sustentável.

Destacam-se as iniciativas da gestão municipal voltadas à inovação e parcerias público-privadas fortalecendo o ambiente de negócios, tornando Horizonte um destino estratégico para o turismo de negócios e ampliando suas oportunidades de desenvolvimento econômico sustentável.

RESUMO HISTÓRICO

A história de Horizonte tem início no século XIX, quando suas terras integravam a Fazenda Catu, pertencente ao município de Pacajus. A região era habitada por famílias de agricultores e marcada por atividades rurais e pequenas criações. Em 1938, com o crescimento da localidade, foi elevado à categoria de distrito, ainda vinculado a Pacajus. O nome “Horizonte” foi atribuído pela beleza natural da paisagem da região, onde se observava o pôr do sol se projetando sobre os campos abertos. A partir das décadas de 1960 e 1970, o distrito passou a se desenvolver gradativamente, com o surgimento de comércios locais e maior circulação de pessoas.

O ponto de virada para a autonomia política e administrativa ocorreu em 1987, quando Horizonte foi emancipado de Pacajus e elevado à condição de município por meio da Lei Estadual nº 11.315, sancionada em 25 de março daquele ano. A instalação oficial ocorreu em 1º de junho de 1987. A partir da década de 1990, o município passou por forte processo de industrialização, com a chegada de empresas de médio e grande porte, principalmente nos setores calçadista, têxtil e alimentício. Nos anos 2000 e 2010, Horizonte consolidou-se como um dos polos industriais mais relevantes do Ceará, com destaque para empresas como Vulcabras Azaleia, Troller, Santana Textiles, Klabin e, mais recentemente, o grupo J. Macêdo e as Indústrias Raymundo da Fonte.

Atualmente, Horizonte é reconhecido por sua economia industrial, expressiva geração de empregos, além de avanços em áreas como saúde, educação e infraestrutura urbana, destacando-se também como município com elevado índice de desenvolvimento humano na região metropolitana de Fortaleza. Seu crescimento planejado e a valorização de políticas públicas têm consolidado Horizonte como uma referência de desenvolvimento no interior do estado.



DESTAQUES POSITIVOS

Horizonte é um município em plena ascensão no cenário cearense, marcado por sua força industrial, localização estratégica e qualidade de vida. Situado na Região Metropolitana de Fortaleza, o município se destaca como um polo atrativo tanto para investimentos quanto para moradia, combinando desenvolvimento econômico com políticas públicas eficientes nas áreas de saúde, educação e infraestrutura. Com forte identidade cultural e social, Horizonte tem atraído empresas, empreendedores e profissionais de diversas áreas, consolidando-se como uma cidade de oportunidades. Entre seus principais diferenciais e atrativos, destacam-se:

- **Polo Industrial Consolidado:** Horizonte abriga mais de 100 indústrias, sendo sede de grandes empresas como Vulcabras Azaleia, Klabin, Santana Textiles, Indústrias Raymundo da Fonte e, mais recentemente, a J. Macêdo, que está implantando uma nova unidade com investimento superior a R\$ 500 milhões. Esse ambiente industrial robusto faz do município um dos maiores geradores de emprego formal do Ceará.
- **Infraestrutura Logística Estratégica:** Localizado próximo à BR-116 e com fácil acesso à CE-040, ao Porto do Pecém e ao Aeroporto Internacional Pinto Martins, Horizonte se destaca por sua excelente conectividade, facilitando o escoamento da produção e a mobilidade de trabalhadores e empreendedores.
- **Turismo de Negócios em Expansão:** Com o crescimento industrial e o marco histórico para a sustentabilidade e geração de empregos no Ceará, o Polo Industrial Automobilístico está sendo implantado em Horizonte, o turismo de negócios tem ganhado força no município. Espaços como o auditório da Pousada Horizonte e serviços especializados em logística corporativa atendem à demanda crescente de eventos, treinamentos e reuniões empresariais.
- **Crescimento Econômico e Geração de Empregos:** Horizonte ocupa atualmente uma posição de destaque no ranking de crescimento econômico estadual, com um dos maiores PIBs entre os municípios do interior. Dados recentes mostram um saldo positivo na geração de empregos formais, reflexo direto da atração de novos empreendimentos e da qualificação da mão de obra local.
- **Investimentos em Educação e Saúde:** O município tem se destacado pela qualidade dos serviços públicos, com investimentos contínuos em educação, saúde preventiva, informatização do sistema de saúde (Prontuário Eletrônico do SUS em 100% das unidades) e parcerias com instituições de ensino superior para formação técnica e profissional.
- **Políticas Públicas Inovadoras:** Projetos como o Programa Dignidade Íntima, reconhecido nacionalmente, e o incentivo à saúde da família e ações intersetoriais fortalecem o bem-estar da população e promovem inclusão social.



- **Proximidade com Fortaleza:** A curta distância da capital facilita o acesso a centros universitários, serviços de maior complexidade e amplia as possibilidades de integração econômica e social.
- **Cultura e Participação Comunitária:** Eventos como o São João, o HoriFolia e os projetos de cultura itinerante reforçam o sentimento de pertencimento e dinamizam a vida cultural da cidade, envolvendo comunidades, artistas locais e jovens talentos.
- **Ambiente Favorável ao Empreendedorismo:** Com incentivos fiscais e suporte institucional, Horizonte se torna atrativo não só para grandes empresas, mas também para micro e pequenos empreendedores que encontram um mercado em crescimento e consumidores em potencial.
- **Qualidade de Vida:** Com serviços públicos estruturados, baixo índice de desigualdade comparado a outros municípios da região, e forte senso comunitário, Horizonte oferece um ambiente equilibrado para morar, investir e crescer.

Esse conjunto de fatores consolida Horizonte como um dos municípios mais promissores do Ceará, onde desenvolvimento econômico, responsabilidade social e planejamento urbano caminham lado a lado.

A CAMPANHA PUBLICITÁRIA

OBJETIVO

Posicionar Horizonte como um município estratégico para investimentos e um excelente lugar para viver, destacando sua força industrial, ambiente favorável ao empreendedorismo, geração de empregos qualificados e qualidade de vida. A campanha busca atrair novos moradores, empresários e investidores, apresentando Horizonte como uma cidade de oportunidades reais, crescimento sustentável e inclusão social.

Principais pontos:

- **Consolidar a imagem de Horizonte como cidade de oportunidades:** Mostrar o município como referência na Região Metropolitana de Fortaleza, com uma economia pulsante, ambiente empreendedor e planejamento urbano voltado ao crescimento sustentável.
- **Destacar a força econômica local e as oportunidades de negócios:** Ressaltar a implantação do Polo Industrial Automobilístico, a presença de grandes indústrias como Vulcabras Azaleia, Klabin, Santana Textiles, Indústrias Raymundo da Fonte e J. Macêdo, além do apoio ao empreendedorismo, com incentivos fiscais, programas municipais e oferta de espaços logísticos estruturados.
- **Promover Horizonte como um excelente lugar para morar:** Apresentar os benefícios para novos residentes, como custo de vida acessível, infraestrutura urbana em expansão, proximidade com Fortaleza, segurança, mobilidade e acesso facilitado a serviços essenciais de saúde, educação e lazer.



PREFEITURA DE
HORIZONTE
O TRABALHO CONTINUA

- **Evidenciar a geração de empregos qualificados e formação profissional:** Mostrar os resultados positivos na geração de empregos formais, o alinhamento entre a formação da mão de obra e as demandas das empresas, e as parcerias com instituições de ensino técnico e superior para qualificação contínua.
- **Valorizar os investimentos públicos que elevam a qualidade de vida:** Apontar obras de saneamento, pavimentação, iluminação pública, conectividade digital, e a modernização dos serviços de saúde (como o prontuário eletrônico 100% implantado nas UBS), que criam um ambiente favorável ao bem-estar da população e dos trabalhadores.
- **Afirmar Horizonte como polo estratégico logístico e de turismo de negócios:** Destacar sua localização privilegiada, com acesso rápido à BR-116, CE-040, Porto do Pecém e Aeroporto de Fortaleza, além do crescimento do setor de serviços voltados a eventos empresariais e logística corporativa.
- **Estreitar o elo entre poder público, setor privado e comunidade:** Estimular parcerias para o desenvolvimento de projetos que gerem valor compartilhado, apoiem a inovação e impulsionem o desenvolvimento socioeconômico de forma inclusiva e transparente.
- **Divulgar o diferencial humano da cidade:** Valorizar a hospitalidade, a cultura ativa, o envolvimento comunitário e as políticas sociais que fazem de Horizonte uma cidade que cuida das pessoas e oferece caminhos reais de ascensão e estabilidade para famílias, jovens e empreendedores.

Essa campanha buscará mostrar que viver em Horizonte é mais do que morar perto do trabalho — é fazer parte de um lugar em crescimento, com qualidade de vida e oportunidades para crescer junto com a cidade.

Público alvo:

- **Interno:** Moradores de Horizonte, incluindo jovens, trabalhadores, empreendedores locais e famílias, com foco em fortalecer o sentimento de pertencimento, orgulho pela cidade e engajamento nas oportunidades de desenvolvimento e crescimento da região.
- **Externo:** Investidores, empresários e empreendedores interessados em estabelecer ou expandir seus negócios no Ceará; profissionais qualificados em busca de melhores oportunidades de emprego e qualidade de vida; poderes públicos e agentes governamentais envolvidos em políticas de desenvolvimento regional; instituições de ensino e capacitação profissional; imprensa regional e nacional; além da população de cidades vizinhas e da capital Fortaleza, que podem se interessar em migrar para Horizonte atraídos pelas vantagens econômicas e sociais oferecidas pelo município.

Verba Referencial para a campanha (exercício): R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

Marca da gestão: Logo do Município de Horizonte.

Período da Campanha: 30 (trinta) dias.



ANEXO III – DO PROJETO BÁSICO
RELAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Para fins de licitação, o(s) licitante(s) deverão comprovar o atendimento aos seguintes requisitos:

a. Habilitação jurídica

A habilitação jurídica visa a demonstrar a capacidade de o licitante exercer direitos e assumir obrigações, e a documentação a ser apresentada por ele limita-se à **comprovação de existência jurídica da pessoa** e, quando cabível, de autorização para o exercício da atividade a ser contratada (Art. 66 da Lei Federal nº 14.133/21), devendo ser observado e apresentado, se for:

- a.1. Empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;
- a.2. Microempreendedor Individual - MEI: Certificado da Condição de Microempreendedor Individual - CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>;
- a.3. Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal – SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;
- a.4. Sociedade empresária estrangeira: portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme Instrução Normativa DREI/ME nº 77, de 18 de março de 2020.
- a.5. Sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;
- a.6. Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária: inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz
- a.7. Sociedade cooperativa: ata de fundação e estatuto social, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, além do registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 16 de dezembro 1971.

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

b. Habilitação fiscal, social e trabalhista

- b.1. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);
- b.2. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, conforme o caso, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;



- b.3. Prova de regularidade com a Fazenda federal, estadual e municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;
- b.4. Prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;
- b.5. Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho (Mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943).
- b.6. Declaração quanto ao cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal (Esta declaração ficará dispensada em caso de procedimento eletrônico onde o proponente opte por assinalar a opção constante do sistema).
- b.7. O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n.º 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

c. Qualificação Econômico-Financeira

- c.1. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais (já exigíveis e apresentados na forma da lei, devidamente registrado no órgão competente de origem)
- c.2. Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), superiores a 1 (um), comprovados mediante a apresentação pelo licitante de balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais e obtidos pela aplicação das seguintes fórmulas:
 - I - Liquidez Geral (LG) = (Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo)/(Passivo Circulante + Passivo Não Circulante);
 - II - Solvência Geral (SG)= (Ativo Total)/(Passivo Circulante +Passivo não Circulante); e
 - III - Liquidez Corrente (LC) = (Ativo Circulante)/(Passivo Circulante).
- c.3. Certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante ou, Certidão negativa de insolvência civil expedida pelo distribuidor do domicílio ou sede do licitante, caso se trate de pessoa física, desde que admitida a sua participação na licitação.
- c.4. Caso a empresa licitante apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação patrimônio líquido mínimo de 10% do valor total estimado da contratação.
- c.5. 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. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).
- c.6. O balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, §6º)
- c.7. O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

d. Qualificação Técnica

- d.1. Certificado de Qualificação Técnica Concedido pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão, nos termos do Decreto nº 57.690/66.



d.2. Comprovação de aptidão para a execução dos serviços similares de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior com o objeto desta contratação, ou com o item pertinente, por meio da apresentação de certidões ou atestados, por pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou regularmente emitido(s) pelo conselho profissional competente, quando for o caso.

e. Declarações

- e.1. Declaração de que a interessada atende aos requisitos de habilitação e de que o declarante responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei;
- e.2. Declaração de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas;
- e.3. Declaração expressa de integral concordância com os termos do PROJETO BÁSICO e seus anexos;
- e.4. Declaração, sob as penalidades cabíveis, de inexistência de fato superveniente impeditivo da habilitação, ficando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.
- e.5. Declaração de que suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas.



ANEXO IV – DO PROJETO BÁSICO

ETP

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 18082025.1.

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS NECESSARIAMENTE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA DE INTERESSE DAS DIVERSAS SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE.

O presente estudo representa o resultado dos trabalhos técnicos realizados pelo setor técnico encarregado, pelo(s) Órgão(s) demandante(s) do município de Horizonte/CE, realizado no período de 18 de agosto de 2025 a 11 de setembro de 2025, em consonância com o inciso XX do art. 6º, §1º do art. 18º e com o Decreto Municipal nº 450/2023, de 28 de dezembro de 2023, o qual demonstra o resultado de todas as etapas transcorridas para fins de verificação da viabilidade da demanda. Reforça-se que, visando a verificação da viabilidade financeira, assim como, o preenchimento de certos critérios técnicos os quais exigiam a mensuração mais apurada dos quantitativos, estimativa e descrições, após a apresentação do panorama das soluções, realizou-se a fase de confecção de orçamento e demais peças necessárias a descrição da necessidade e verificação da viabilidade financeira, as quais integrarão os presentes autos. Deste modo, o presente ETP demonstra o resultado de todas as etapas transcorridas até então, de modo que em uma única peça, fosse possível a realização de viabilidade.

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO, CONSIDERADO O PROBLEMA A SER RESOLVIDO SOB A PERSPECTIVA DO INTERESSE PÚBLICO (ART.18º, §1º, INCISO I DA LEI FEDERAL N.º 14.133, DE 1º DE ABRIL DE 2021).

A contratação de serviços de publicidade se faz necessária para atender às demandas das diversas Secretarias do Município de Horizonte/CE, visando à divulgação de ações, programas, campanhas institucionais, eventos, avisos de utilidade pública e demais atividades de interesse público.

A publicidade institucional é um instrumento essencial para garantir a transparência das ações governamentais, promover a participação da sociedade em políticas públicas e assegurar a comunicação eficiente entre a Administração Pública e os cidadãos.

Considerando a diversidade de atividades realizadas pelas Secretarias Municipais – como saúde, educação, assistência social, cultura, esporte, meio ambiente, obras, dentre outras – é imprescindível dispor de serviços especializados para criação, produção e veiculação de peças publicitárias em diferentes formatos e meios de comunicação, como rádio, TV, mídias digitais, impressos e demais canais pertinentes.

Dessa forma, a contratação ora proposta visa suprir de forma contínua e adequada a necessidade de comunicação institucional do Município, fortalecendo o alcance das ações públicas, em conformidade com os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

2. DEMONSTRAÇÃO DA PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL, SEMPRE QUE ELABORADO, DE MODO A INDICAR O SEU ALINHAMENTO COM O PLANEJAMENTO



DA ADMINISTRAÇÃO (ART.18º, §1º, INCISO II DA LEI FEDERAL N.º 14.133, DE 1º DE ABRIL DE 2021)

Conta o presente objeto provisionado junto ao **PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL - PCA** para o exercício de 2025, com o ID do item no PCA de n.º:

- SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO: 230/2024.
- GABINETE DO PREFEITO: 202/2024.
- SECRETARIA DE EDUCAÇÃO: 792/2025.
- SECRETARIA DE SAÚDE: 270/2024.
- SECRETARIA DE FINANÇAS: 791/2025.
- SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO: 794/2025.
- SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA, IGUALDADE E DESENVOLVIMENTO SOCIAL: 179/2024.
- FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL: 523/2024.
- SECRETARIA DE INFRAESTRUTURA, OBRAS PÚBLICAS E RECURSOS HÍDRICOS: 793/2025.
- SECRETARIA DE SEGURANÇA, CIDADANIA, TRÂNSITO E TRANSPORTE: 788/2025.
- SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER: 795/2025.
- SECRETARIA DE URBANISMO E AGROPECUÁRIA: 796/2025.
- SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO: 799/2025.
- AUTARQUIA DE MEIO AMBIENTE – AMMAH: 798/2025.

3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO (ART.18º, §1º, INCISO III DA LEI FEDERAL N.º 14.133, DE 1º DE ABRIL DE 2021)

3.1. Entende-se como requisitos de contratação todas as exigências as quais serão necessárias em todas as fases do procedimento, a que se subdivide da seguinte forma:

3.1.1. Requisitos da contratação:

Não haverá requisitos técnicos específicos para fins de contratação.

3.1.2. Requisitos de habilitação:

Os documentos de habilitação poderão ser aqueles exigidos no art. 62 da Lei Federal n.º 14.133/21, contudo, a relação detalhada dos documentos os quais serão requisitados para fins de habilitação no certame, serão aqueles constantes do termo de referência, a ser confeccionado tomando como base as perspectivas, especificidades, requisitos e demais informações trazidas e abordadas neste estudo.

4. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES PARA A CONTRATAÇÃO, ACOMPANHADAS DAS MEMÓRIAS DE CÁLCULO E DOS DOCUMENTOS QUE LHEM DÃO SUPORTE, QUE CONSIDEREM INTERDEPENDÊNCIAS COM OUTRAS CONTRATAÇÕES, DE MODO A POSSIBILITAR ECONOMIA DE ESCALA (ART.18º, §1º, INCISO IV DA LEI FEDERAL N.º 14.133, DE 1º DE ABRIL DE 2021)

ITEM	CÓDIGO CATSER	ESPECIFICAÇÃO	UNID.	QTDE	PRAZO DE EXECUÇÃO
01	48	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	SERVIÇO	01	12 MESES



02	48	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DO GABINETE DO PREFEITO DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	SERVIÇO	01	12 MESES
03	48	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	SERVIÇO	01	12 MESES
04	48	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE SAÚDE DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	SERVIÇO	01	12 MESES
05	48	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE FINANÇAS DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	SERVIÇO	01	12 MESES
06	48	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	SERVIÇO	01	12 MESES
07	48	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA, IGUALDADE E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	SERVIÇO	01	12 MESES
08	48	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DO FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	SERVIÇO	01	12 MESES
09	48	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE INFRAESTRUTURA, OBRAS PÚBLICAS E RECURSOS HÍDRICOS DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	SERVIÇO	01	12 MESES
10	48	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE SEGURANÇA, CIDADANIA, TRÂNSITO E TRANSPORTE DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	SERVIÇO	01	12 MESES
11	48	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	SERVIÇO	01	12 MESES
12	48	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE URBANISMO E AGROPECUÁRIA DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	SERVIÇO	01	12 MESES
13	48	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	SERVIÇO	01	12 MESES
14	48	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA AUTARQUIA DE MEIO AMBIENTE - AMMAH DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	SERVIÇO	01	12 MESES

OBSERVAÇÃO: Os quantitativos foram estimados baseando-se na natureza do objeto e no período estimado para sua execução.



5. LEVANTAMENTO DE MERCADO, QUE CONSISTE NA ANÁLISE DAS ALTERNATIVAS POSSÍVEIS, E JUSTIFICATIVA TÉCNICA E ECONÔMICA DA ESCOLHA DO TIPO DE SOLUÇÃO A CONTRATAR (ART.18º, §1º, INCISO V DA LEI FEDERAL N.º 14.133, DE 1º DE ABRIL DE 2021)

Para o município de Horizonte, existem várias alternativas para conduzir serviços de publicidade e promover ações municipais. Abaixo, detalho as principais opções, apontando pontos positivos e

negativos, chegando na solução mais adequada:

Solução 01 – Modelo Híbrido (Equipe Interna + Contratação de Agência ou Serviços Pontuais)

Pontos Positivos:

- Combina controle interno com a expertise do mercado;
- Possibilidade de redução de custos em relação à terceirização total;
- Atendimento mais ágil às demandas rotineiras.

Pontos Negativos:

- Exige boa gestão e integração entre equipe interna e fornecedores;
- Risco de duplicidade de custos se não houver planejamento eficiente

Solução 02 – Criação de Núcleo Interno de Comunicação Institucional (Equipe Própria)

Pontos Positivos:

- Redução de custos diretos: não há necessidade de contratar terceiros, o que pode reduzir o orçamento em comparação com uma contratação externa.
- Maior controle e alinhamento com a administração: a execução direta permite um controle mais próximo sobre as campanhas, facilitando o alinhamento com as metas e políticas municipais.

Pontos Negativos:

- Falta de expertise especializada: o corpo técnico municipal, em geral, não possui formação específica em publicidade e marketing, o que limita a capacidade de criar campanhas impactantes e de alto alcance.
- Sobrecarga de trabalho: a equipe técnica, já dedicada a outras funções, pode ficar sobrecarregada, prejudicando tanto a qualidade da campanha quanto as atividades habituais.
- Resultados limitados: sem conhecimento em segmentação, design, e análise de dados de marketing, as campanhas podem não alcançar o público-alvo de forma eficaz.

Solução 03 - Contratação Direta de Serviços Específicos (Designers, Produtores, Veiculação Isolada)

Pontos Positivos:

- Possibilidade de maior controle sobre cada etapa do processo;
- Flexibilidade na escolha de fornecedores para demandas pontuais;
- Pode ser mais econômico em campanhas de menor porte.

Pontos Negativos:

- Maior necessidade de gestão e coordenação pela Prefeitura;
- Risco de falta de padronização na comunicação visual e nas campanhas;
- Demandas urgentes podem não ser atendidas com agilidade.



Solução 04 - Contratação de uma Agência de Publicidade Especializada

Pontos Positivos:

- Expertise especializada: as agências de publicidade contam com profissionais de diversas áreas (designers, publicitários, especialistas em mídia digital, analistas de dados) e possuem o know-how para planejar e executar campanhas de alto impacto e bem segmentadas.
- Acesso a recursos e ferramentas: agências utilizam ferramentas avançadas de marketing e publicidade, além de redes de contato com veículos de mídia, o que facilita a execução de campanhas em larga escala.
- Consistência e continuidade: ao trabalhar com uma agência, o município garante uma identidade visual e mensagem consistentes em todas as ações publicitárias, o que fortalece a imagem da cidade e amplia o reconhecimento da marca.
- Menor carga para o município: ao terceirizar esses serviços, a administração municipal pode concentrar-se nas suas atividades essenciais sem sobrecarregar a equipe interna.

Pontos Negativos:

- Custo mais elevado: comparada às outras opções, a contratação de uma agência representa um custo mais alto, especialmente para contratos de longo prazo.
- Dependência de fornecedores externos: a contratação de uma agência pode criar dependência de um fornecedor externo, especialmente se as necessidades de publicidade aumentarem.

Escolha da solução

Considerando a análise acima realizada, sempre ponderando os pontos positivos e negativos, entendemos que a contratação de uma agência de publicidade especializada é a solução mais viável para o município de Horizonte. A solução 04 oferece uma combinação de expertise, continuidade e recursos que o corpo técnico do município, por falta de experiência específica e estrutura física técnica, não pode garantir. Além disso, uma agência bem posicionada pode criar campanhas atrativas e diversificadas, alcançando não só o público local, mas também investidores o que é essencial para o desenvolvimento econômico e social da cidade. O objeto da solução escolhida será **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS NECESSARIAMENTE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA DE INTERESSE DAS DIVERSAS SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE.**

6. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO, ACOMPANHADA DOS PREÇOS UNITÁRIOS REFERENCIAIS, DAS MEMÓRIAS DE CÁLCULO E DOS DOCUMENTOS QUE LHE DÃO SUPORTE, QUE PODERÃO CONSTAR DE ANEXO CLASSIFICADO, SE A ADMINISTRAÇÃO OPTAR POR PRESERVAR O SEU SIGILO ATÉ A CONCLUSÃO DA LICITAÇÃO (ART.18º, §1º, INCISO VI DA LEI FEDERAL N.º 14.133, DE 1º DE ABRIL DE 2021)

- a) 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.
- b) Os valores informados servirão de base para o gasto máximo que cada órgão municipal poderá vir a contratar em decorrência desse objeto. Os valores informados representam o montante máximo a ser gasto em decorrência do objeto, contudo, foram baseados de acordo com as demandas internas, políticas de governo, programações e ações específicas de cada unidade que poderão vir a ser executadas ao longo do período estimado da contratação com fins ao atendimento ao objeto.



- c) A contratação será pautada pelos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, conforme estabelece o art. 37 da Constituição Federal, e observará rigorosamente os dispositivos da Lei nº 12.232/2010, que regula as contratações de serviços de publicidade realizadas pelos órgãos públicos.
- d) Desta forma, a presente licitação é medida necessária para assegurar a efetividade da comunicação institucional das diversas secretarias, fortalecendo a transparência, a participação cidadão e o bom uso dos recursos públicos.
- e) Contudo, para fins de estimativa do gasto, as Secretarias Municipais estimam o seguinte valor:

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	VALOR ESTIMADO
01	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 600.000,00
02	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DO GABINETE DO PREFEITO DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 400.000,00
03	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 400.000,00
04	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE SAÚDE DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 400.000,00
05	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE FINANÇAS DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 100.000,00
06	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 300.000,00
07	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA, IGUALDADE E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 200.000,00
08	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DO FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 240.000,00
09	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE INFRAESTRUTURA, OBRAS PÚBLICAS E RECURSOS HÍDRICOS DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 250.000,00
10	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE SEGURANÇA, CIDADANIA, TRÂNSITO E TRANSPORTE DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 200.000,00
11	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 200.000,00
12	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE URBANISMO E AGROPECUÁRIA DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 100.000,00
13	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 100.000,00
14	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE INTERESSE DA AUTARQUIA DE MEIO AMBIENTE - AMMAH DO MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE	R\$ 50.000,00

Valor total estimado: R\$ 3.540.000,00 (três milhões quinhentos e quarenta mil reais).

- f) No decorrer da execução contratual, o fornecimento de bens e serviços especializados exigirá a apresentação pela agência contratada de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010.



- g) Na contratação de veículos de comunicação e divulgação para distribuição das peças publicitárias desenvolvidas no âmbito de uma campanha, serão praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados, conforme disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.
- h) A agência fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.
- i) É facultado à Agência negociar parcela do “desconto padrão de agência” com o respectivo Anunciante, observados os preceitos estabelecidos no instrumento convocatório.
- j) Nas transações entre Anunciantes e Agências tendo por objeto a parcela negociável do “desconto padrão de Agência”, adotar-se-ão como referência de melhor prática os parâmetros contidos no instrumento convocatório a estas Normas-Padrão.
- k) É facultado à Agência negociar parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus com o respectivo Anunciante, observados os parâmetros contidos no instrumento convocatório, os quais poderão ser revistos pelo Conselho Superior das Normas-Padrão.
- l) Para a fixação no edital de licitação do preço máximo a que o MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE se propõe a pagar, serão considerados os percentuais de descontos e honorários ora praticados nos contratos vigentes, bem como os preços praticados por outros órgãos e entidades, em contratações com valores similares, conforme disposto no mapa estimativo de preços, em anexo.
- m) Os percentuais praticados pelo MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE são decorrentes de certames com valor contratual inicialmente estimado em montante próximo a presente demanda.
- n) Após escolhida a solução adequada ao objeto, solicitou-se a realização de pesquisa de preços com fins a confecção de estimativa necessária a este critério. Dessa forma, considerando como referência o valor de **R\$ 3.540.000,00 (três milhões quinhentos e quarenta mil reais)**, que corresponde ao valor contratual estimado para ser inicialmente pactuado pelo MUNICÍPIO DE HORIZONTE/CE, entende-se pertinente estabelecer os seguintes honorários como percentuais máximos a serem aceitos no âmbito do certame como regra de remuneração de agência de propaganda:
- a) percentual de desconto** mínimo de **30%**, a ser concedido as SECRETARIAS MUNICIPAIS, sobre os **custos internos dos serviços executados pela licitante**, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Ceará – SINAPRO-CE, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- b) honorários** máximos de **12%** pela **renovação de direitos autorais**, pela realização de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e pela reimpressão de peças publicitárias;
- c) honorários** máximos de **12%** pela produção e execução técnica de peça e material cuja distribuição/veiculação não proporcione o desconto de agência; e
- d) honorários** máximos de **12%** pela utilização de formas inovadoras de comunicação publicitária, cuja execução não proporcione o desconto de agência.

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO, INCLUSIVE DAS EXIGÊNCIAS RELACIONADAS À MANUTENÇÃO E À ASSISTÊNCIA TÉCNICA, QUANDO FOR O CASO (ART.18º, §1º, INCISO VII DA LEI FEDERAL N.º 14.133, DE 1º DE ABRIL DE 2021), conforme informações gerais a serem seguidas quanto ao procedimento:

MODALIDADE	Concorrência Pública
CRITÉRIO DE JULGAMENTO	Melhor Técnica
ESCOLHA	Global
MODO DE DISPUTA	Fechado
REGIME DE EXECUÇÃO	Indireta

Da modalidade



Considerando a complexidade, natureza e especificidade do objeto, bem como, sabendo-se ainda que a NLL estabeleceu a utilização obrigatória da modalidade Concorrência quando o objeto se tratar de bens e serviços especiais, sobretudo quando necessário a adoção de critério técnico necessário ao embasamento da análise mediante a ponderação técnica, vide:

XXXVIII - concorrência: modalidade de licitação para contratação de bens e serviços especiais e de obras e serviços comuns e especiais de engenharia, cujo critério de julgamento poderá ser:

- a) menor preço;
- b) melhor técnica ou conteúdo artístico;**
- c) técnica e preço;**
- d) maior retorno econômico;
- e) maior desconto;

Outrossim, nos termos da 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”.

Do critério de julgamento

A princípio, cumpre esclarecer e reforçar a revogação da Lei nº 8.666/1993 em detrimento da Lei nº 14.133/2021, onde, nessa última, também é importante compreender a diferença entre os tipos de licitação melhor técnica e técnica e preço, vide:

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.

[...]

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.”

Conforme se observa nas menções acima, embora em ambos os casos se busquem a aplicação do menor preço quando da efetivação da contratação, conquanto, na adoção do tipo melhor técnica, após a classificação das empresas pela técnica apresentada no certame, a Comissão 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/30% preço, por exemplo, a depender da justificativa do órgão).

Considerando as especificidades das ações publicitárias do município de Horizonte, a adoção do critério de "técnica e preço" para a execução contratual seria inadequada, pois poderia levar à contratação de uma agência com qualificação básica, incapaz de atender de maneira satisfatória às



demandas complexas de comunicação do órgão e aos objetivos da Administração. Tal escolha comprometeria a efetividade dos recursos públicos, caracterizando um investimento ineficaz.

Para garantir economicidade e vantajosidade para o Município de Horizonte, a equipe de planejamento conclui que a modalidade de “melhor técnica” é a mais adequada. Esse critério permite selecionar a empresa com a maior qualificação entre as licitantes, assegurando que o município escolha a proposta mais capacitada tecnicamente, sem abrir mão de uma negociação pelo menor preço para a execução do contrato. Assim, a presente contratação está em conformidade com os critérios da legislação. Dessa forma, a qualificação técnica torna-se um requisito fundamental e determinante na identificação da proposta mais vantajosa para a administração.

Assim, a contratação proposta está em conformidade com os critérios para adoção da “melhor técnica”, uma vez que envolve uma atuação publicitária abrangente. As ações planejadas pelo município de Horizonte incluem campanhas tanto de mídia quanto de não-mídia, destinadas a alcançar públicos diversos e específicos em todo o território nacional, utilizando meios de comunicação off-line e on-line. Além disso, a natureza contínua e sazonal das campanhas exige uma resposta técnica especializada, consolidando a qualificação técnica como o critério mais adequado para assegurar que o contrato atenda plenamente às necessidades de comunicação do órgão.

Do modo de disputa

Embora a adoção modo de disputa aberto não seja vedado quando o critério de julgamento escolhido for o de **melhor técnica**, consoante a disposição do art. 56, §2º da Lei Federal n.º 14.133/21, aplicando-se essa restrição somente para o critério de técnica e preço, no entanto, no presente caso, entende-se que o **modo fechado** é o mais adequado ao presente objeto, haja vista a predominância pela análise da proposta técnica, não sendo o preço o principal referencial para fins de seleção, ao passo que o modo de disputa aberto possibilitaria a oferta de lances, o que não é o adequado a forma e escolha do objeto, bem como, haja vista a necessidade de apresentação de invólucros em momentos distintos, contudo, devendo a proposta a ser elaborada, apresentada no instante correspondente.

ADOÇÃO DA FORMA PRESENCIAL DO CERTAME

A nova lei de licitações, especificamente no seu Art. 17, §2º, aduz que *“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.**”*

Portanto, com o advento da Lei Federal nº 14.133/2021, salienta-se que a modalidade da forma presencial não foi extinta e nem revogada, podendo ser utilizada de forma justificada.

Embora a eletrônica seja a preferencial, adotaremos a forma presencial, pelos fatos a seguir entabulados que tornam a realização da forma eletrônica inviável e desvantajosa para a Administração.



In casu, destaca-se que, a plataforma utilizada no Município não comporta a inversão de fases, haja vista não está adaptada para o procedimento, ou seja, não possui a estrutura tecnológica necessária, o que resta imprescindível a realização da licitação no formato **PRESENCIAL**.

Portanto, em síntese, dentre as motivações para definição da referida modalidade no formato presencial, podemos apontar:

- a) A Concorrência Pública presencial permite inibir a apresentação de propostas insustentáveis que atrasariam os procedimentos da modalidade eletrônica e aumentariam seus custos;
- b) Possibilidade de esclarecimentos imediatos e promoção de diligências durante a realização do certame, em especial quanto à verificação dos documentos constantes na proposta técnica;
- c) A opção pela Concorrência Pública presencial decorre de prerrogativa de escolha da Administração fixada pelo § 2º do art. 17 da Lei Federal nº 14.133/2021, a qual prevê que seja admitida a utilização da forma presencial;
- d) Possibilidade de verificação imediata das condições de habilitação e execução da proposta, manifestações recursais, proporcionando maior celeridade aos procedimentos, visto em regra, ocorrerem na própria sessão pública, sem prejuízo da competição de preços;
- e) O sistema o qual é utilizado para a realização dos certames, ainda não possui suporte para a realização de inversão de fases na Concorrência Pública na modalidade eletrônica, o que torna a forma presencial a única opção.

Dessa forma a Administração Pública, além da inviabilidade tecnológica do sistema, apenas optou por sua forma presencial, pois além de mais prático, fácil, simples, direto e acessível, atinge o seu fim, fim único de toda licitação, qual seja garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, permitindo a participação de quaisquer interessados que atendam aos requisitos exigidos, e a selecionar a proposta mais vantajosa, mediante sessão pública, por meio de propostas de preços escritas e lances verbais, além de ser eminentemente público e aberto, não resultando prejuízos a Administração, eis a motivação da inviabilidade da utilização do certame na forma eletrônica.

Demais disposições

Quanto ao regime será o de execução indireta, haja vista que a execução será executada por “terceiros” correspondentes da Contratada.

No que tange a manutenção e à assistência técnica estes critérios não se aplica ao caso.

8. JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO (ART.18º, §1º, INCISO VIII DA LEI FEDERAL N.º 14.133, DE 1º DE ABRIL DE 2021).



Os serviços em tela são regidos por norma específica, a saber, a Lei nº 12.232/2010, a qual define os serviços de publicidade da seguinte forma:

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

Dessa forma, o próprio conceito do objeto proposto pressupõe a integralidade das atividades de publicidade.

Nos termos do §3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, é possível que o objeto da licitação para serviços de publicidade seja adjudicado a mais de uma agência de propaganda, sem a necessidade de segregação em itens ou contas publicitárias. Contudo, considerando o porte do município e a necessidade de acompanhamento constante da execução, sobretudo, visando a eficiência e os melhores resultados nas estratégias a serem aplicadas, entende-se que a contratação de agência única trará mais eficiência nesse sentido.

Ademais, a não fragmentação da execução da publicidade governamental entre diferentes agências, seja por temática ou origem da demanda, oferece benefícios à Administração. Essa abordagem estimula a competitividade entre as agências contratadas durante a execução contratual.

Assim, cabe à Administração, no uso de sua discricionariedade, decidir se os serviços de publicidade serão adjudicados a uma única agência ou a mais de uma.

No caso em questão, considerando a necessidade do município de Horizonte, o orçamento previsto, a estimativa de campanhas a serem realizadas, propõe-se que o objeto seja adjudicado a uma (01) agência de publicidade.

A escolha de apenas uma agência também viabiliza os procedimentos internos e operacionais quanto a desnecessidade de escolha de agência para cada tipo de serviço a ser executado, haja vista que também teria de ter uma seleção interna para cada serviço.

9. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS EM TERMOS DE ECONOMICIDADE E DE MELHOR APROVEITAMENTO DOS RECURSOS HUMANOS, MATERIAIS E FINANCEIROS DISPONÍVEIS (ART.18º, §1º, INCISO IX DA LEI FEDERAL N.º 14.133, DE 1º DE ABRIL DE 2021)

Em conformidade com o art. 18, §1º, inciso IX da Lei Federal nº 14.133/2021, a presente contratação objetiva assegurar a economicidade e o melhor aproveitamento dos recursos humanos, materiais e financeiros disponíveis, conforme detalhado abaixo:



1. Economicidade

A contratação de serviços publicitários por meio do tipo “melhor técnica” permite:

- **Redução de custos indiretos:** Ao terceirizar os serviços publicitários, elimina-se a necessidade de investimentos internos em infraestrutura, ferramentas de marketing e treinamento de pessoal especializado.
- **Maior retorno sobre o investimento:** Campanhas bem estruturadas e executadas por profissionais qualificados aumentam a eficácia das ações publicitárias, gerando impacto positivo na comunicação institucional e na atração de público para eventos e iniciativas do município.
- **Otimização de recursos públicos:** A negociação de valores entre as propostas tecnicamente classificadas garante a obtenção do menor preço para a execução contratual sem comprometer a qualidade técnica.

2. Melhor Aproveitamento dos Recursos Humanos

- **Alocação eficiente da equipe municipal:** Com a terceirização da publicidade, os servidores podem se concentrar em suas atividades finalísticas, evitando sobrecarga e demandas que exigem expertise fora de suas competências.
- **Parceria estratégica com a agência contratada:** A colaboração com profissionais especializados na área permite um planejamento conjunto mais eficiente, alinhado aos objetivos do município.

3. Melhor Aproveitamento dos Recursos Materiais e Financeiros

- **Utilização de tecnologias avançadas:** As agências de publicidade contratadas possuem acesso a ferramentas de última geração para pesquisa, criação e monitoramento de campanhas, otimizando os materiais produzidos e garantindo uma comunicação moderna e eficaz.
- **Economia com estrutura própria:** Dispensa a necessidade de aquisição de softwares, equipamentos e outros materiais que seriam indispensáveis caso o serviço fosse executado diretamente pelo corpo técnico do município.

10. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO, INCLUSIVE QUANTO À CAPACITAÇÃO DE SERVIDORES OU DE EMPREGADOS PARA FISCALIZAÇÃO E GESTÃO CONTRATUAL (ART.18º, §1º, INCISO X DA LEI FEDERAL N.º 14.133, DE 1º DE ABRIL DE 2021)

1. Capacitação de Servidores para Fiscalização e Gestão Contratual

- **Nomeação de equipe gestora:** A Administração designará formalmente os responsáveis pela fiscalização e gestão do contrato, conforme o art. 117 da Lei nº 14.133/2021. Essa equipe será composta por servidores qualificados para acompanhar a execução dos serviços publicitários e assegurar o cumprimento das cláusulas contratuais.



- **Capacitação específica:**

- Promover treinamentos voltados ao entendimento das peculiaridades da publicidade e propaganda, abordando pontos como a mensuração de resultados, análise de materiais publicitários e monitoramento de entregas.
- Oferecer cursos ou seminários relacionados à gestão e fiscalização de contratos administrativos, incluindo temas como planejamento, execução e controle, com foco nas disposições da Lei nº 14.133/2021.

- **Apoio técnico:** Garantir que a equipe fiscal tenha suporte técnico especializado para análise de itens de natureza mais complexa, como planos de mídia e relatórios de desempenho.

2. Elaboração e Revisão de Documentos Contratuais

- **Plano de fiscalização:** Criar um plano detalhado para acompanhar a execução do contrato, prevendo critérios de avaliação da qualidade dos serviços, conformidade com os prazos, e indicadores de desempenho das campanhas publicitárias.
- **Ajustes técnicos:** Revisar os termos de referência e editais para garantir que estejam em conformidade com as normativas vigentes e os objetivos do município.

3. Organização de Recursos para Execução Contratual

- **Infraestrutura necessária:** Garantir a disponibilização de recursos materiais e tecnológicos que facilitem a comunicação entre a Administração e a contratada, como plataformas de monitoramento e sistemas de controle.
- **Alocação orçamentária:** Assegurar a disponibilidade de recursos financeiros necessários para o cumprimento das obrigações contratuais.

11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES (ART.18º, §1º, INCISO XI)

Não existem contratações correlatas e/ou interdependentes relacionados ao objeto.

12. DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E RESPECTIVAS MEDIDAS MITIGADORAS, INCLUÍDOS REQUISITOS DE BAIXO CONSUMO DE ENERGIA E DE OUTROS RECURSOS, BEM COMO LOGÍSTICA REVERSA PARA DESFAZIMENTO E RECICLAGEM DE BENS E REFUGOS, QUANDO APLICÁVEL (ART.18º, §1º, INCISO XII)

1. Impactos Ambientais Possíveis

A execução dos serviços publicitários pode gerar impactos ambientais em decorrência de atividades específicas, como:

- **Produção de materiais impressos:** O uso de papel, tinta e outros insumos pode contribuir para o desmatamento e a geração de resíduos sólidos.
- **Consumo energético:** Equipamentos utilizados para criação de conteúdo, como computadores e sistemas de edição, demandam energia, assim como as plataformas digitais.
- **Gerenciamento de resíduos eletrônicos:** Descartes de equipamentos e materiais promocionais podem impactar o meio ambiente se não forem tratados adequadamente.



- **Transporte de materiais ou equipe:** Em campanhas que envolvem deslocamentos, há emissões de gases de efeito estufa, contribuindo para o aumento da pegada de carbono.

2. Medidas Mitigadoras

Para reduzir esses impactos, a Administração adotará as seguintes medidas mitigadoras:

A. Produção Sustentável

- Priorizar materiais gráficos com certificação ambiental.
- Incentivar o uso de materiais reciclados ou recicláveis em campanhas publicitárias impressas.
- Reduzir a produção de materiais físicos, optando por alternativas digitais sempre que possível.

B. Eficiência Energética

- Exigir que a contratada adote práticas de baixo consumo energético, como a utilização de equipamentos modernos e mais eficientes.
- Promover o uso de energias renováveis nas operações da contratada, sempre que possível.

C. Logística Reversa

- Estabelecer cláusulas contratuais que obriguem a contratada a realizar a logística reversa de materiais promocionais descartados, incluindo reciclagem e reaproveitamento.
- Garantir o descarte ambientalmente correto de resíduos eletrônicos, por meio de parcerias com empresas especializadas.

D. Transporte Sustentável

- Incentivar o uso de transporte coletivo ou veículos de baixa emissão para deslocamentos relacionados às campanhas publicitárias.

3. Requisitos Ambientais no Contrato

- Inclusão de cláusulas que obriguem a contratada a adotar práticas sustentáveis, como:

Uso de insumos de menor impacto ambiental.

Redução do consumo de recursos naturais, como papel e energia.

Relatório periódico sobre as ações realizadas para minimizar impactos ambientais.

Essas medidas buscam alinhar a contratação publicitária com os princípios da sustentabilidade, promovendo a responsabilidade ambiental em todas as fases do contrato e contribuindo para o desenvolvimento sustentável do município de Horizonte.

13. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO SOBRE A ADEQUAÇÃO DA CONTRATAÇÃO PARA O ATENDIMENTO DA NECESSIDADE A QUE SE DESTINA (ART.18º, §1º, INCISO XIII DA LEI FEDERAL N.º 14.133, DE 1º DE ABRIL DE 2021)

A contratação dos serviços objeto desse estudo para o município de Horizonte é fundamental para enfrentar os problemas identificados, como a insuficiência de meios para comunicar eficazmente as



ações do governo, a necessidade de maior de visibilidade dos programas públicos e o fortalecimento da imagem institucional do município. Esses desafios comprometem o direito do cidadão à informação, bem como o dever do Estado de promover a transparência e a disseminação de conteúdos relevantes para a população.

A publicidade institucional é essencial para garantir que as ações e políticas públicas cheguem de forma clara e acessível a todos os cidadãos, promovendo o acesso à informação e incentivando a participação social. A comunicação eficiente fortalece a confiança da população nos atos da administração pública, enquanto a transparência é um pilar indispensável para uma gestão ética e comprometida com o interesse público.

Adicionalmente, a expertise técnica das agências de propaganda é um recurso estratégico que complementa as capacidades internas do município. Essas agências possuem o conhecimento e as ferramentas necessárias para propor estratégias de comunicação eficazes, adaptadas aos diferentes públicos e canais, o que maximiza o impacto das campanhas e otimiza o uso de recursos públicos. O trabalho conjunto entre as equipes internas do órgão e a agência contratada possibilita um planejamento mais assertivo e a execução de ações alinhadas às demandas específicas da população e aos objetivos institucionais.

Portanto, a contratação não apenas atende aos princípios da economicidade e eficiência, mas também concretiza os valores democráticos de acesso à informação e transparência. É uma solução adequada para garantir que o município de Horizonte cumpra seu papel informativo e conecte-se de maneira eficaz com a população, promovendo resultados concretos e alinhados às necessidades da sociedade.

14. JUSTIFICATIVAS:

a) Justificativa quanto aos serviços continuados:

A natureza continuada do serviço de publicidade justifica a contratação por um período inicial determinado, com possibilidade de prorrogação, conforme disposto na Lei nº 14.133/2021. A publicidade institucional exige uma execução contínua e estratégica, que esteja alinhada às necessidades da administração pública e aos ciclos de comunicação com a população. De acordo com o artigo 105 da Lei nº 14.133/2021, a duração dos contratos deve ser definida no edital, levando em consideração a disponibilidade orçamentária e a adequação ao interesse público, com prazos compatíveis com as demandas do serviço, e podendo ser prorrogada se houver vantagem econômica e continuidade dos recursos.

Do mesmo modo, a Lei nº 14.133/2021, ao flexibilizar as regras de duração dos contratos, permite que a Administração estabeleça prazos mais longos, desde que atestada a vantagem econômica e a existência de créditos orçamentários. No caso específico dos serviços publicitários, essa abordagem se alinha à necessidade de se manter campanhas de comunicação contínuas e eficazes, sem a interrupção das ações que garantem a visibilidade e o fortalecimento das políticas públicas. A duração inicial do contrato será estabelecida com base nos objetivos da gestão pública, e o prazo será suficiente para garantir a execução das estratégias de comunicação de forma alinhada às necessidades da população.



É dever da Administração Pública realizar a publicidade de seus atos e ações, nos termos estabelecidos pelo 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) pelo município de Horizonte.

Conforme preceitua Marçal Justen Filho¹, 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.

Em igual vertente, Jessé Torres², sobre essa temática, entende 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:

(...)

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 ínsitas ao cumprimento da missão desta Corte.

A possibilidade de prorrogação do contrato, em conformidade com o artigo 106 da Lei nº 14.133/2021, assegura que, caso os resultados sejam positivos e os recursos orçamentários estejam disponíveis, o contrato possa ser mantido sem a necessidade de uma nova licitação, garantindo a

¹ Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos', Ed. Aide, 4ª Edição, págs. 362 /364

² Comentários à Lei de Licitações e Contratações da Administração Pública', Ed. Renovar, 1994, págs. 349 /351



continuidade das ações publicitárias sem interrupções. Além disso, essa flexibilidade atende à dinâmica da administração pública, permitindo ajustes conforme a evolução das políticas públicas e a interação com a sociedade.

Portanto, a duração inicial do contrato será ajustada para garantir uma prestação de serviços contínuos e eficazes, respeitando os princípios da economicidade e da eficiência, com a possibilidade de prorrogação, conforme as diretrizes estabelecidas pela Lei nº 14.133/2021.

b) Justificativa quanto a adoção de critérios e práticas de sustentabilidade nas contratações públicas:

Não se aplica. Não foram adotados critérios e práticas de sustentabilidade no presente procedimento.

c) Justificativa quanto a prova de conceito

Não se aplica. A vedação à exigência de prova de conceito para a contratação de serviços publicitários no município de Horizonte está fundamentada na natureza dos serviços a serem prestados e nas exigências de transparência, eficiência e celeridade no processo licitatório. A publicidade institucional, por sua característica predominante de criação e execução de campanhas publicitárias e estratégias de comunicação, não se presta a testes pré-executivos ou a provas de conceito, como seria o caso em contratos que envolvem tecnologias complexas ou inovações disruptivas.

No contexto específico da publicidade, a avaliação da qualificação técnica das empresas se dá de maneira objetiva por meio da análise de seus portfólios, histórico de execução de campanhas similares e a proposição de estratégias criativas durante a fase licitatória, o que já garante que as propostas atendam aos requisitos necessários para o cumprimento do contrato. A exigência de uma prova de conceito seria um custo adicional desnecessário e uma etapa burocrática que poderia retardar o processo licitatório, sem trazer benefícios substanciais para a Administração. Além disso, ela não se alinha aos princípios da economicidade e eficiência, previstos na Lei nº 14.133/2021, pois impõe uma sobrecarga administrativa que poderia ser evitada com a análise das propostas apresentadas, que já incluem a experiência, a competência técnica e os resultados obtidos pelas agências em campanhas anteriores.

Ademais, a utilização de provas de conceito é mais adequada em contratos que envolvem a implementação de novas tecnologias ou inovações, onde a viabilidade técnica do serviço é incerta. Contudo, no caso da contratação de serviços publicitários, onde a competência técnica e criativa das agências é claramente demonstrada através de proposta técnica, a prova de conceito não se justifica e poderia ser vista como um obstáculo desnecessário ao bom andamento do processo licitatório. Portanto, a exigência de prova de conceito é dispensável, alinhando-se melhor ao interesse público, à eficiência da contratação e à legalidade, conforme os princípios da Lei nº 14.133/2021.

d) Justificativa quanto a subcontratação.

Não será admitida a subcontratação dos serviços.



A vedação à subcontratação na presente contratação pública justifica-se pela necessidade de assegurar a execução direta dos serviços publicitários pela agência futura vencedora, garantindo a qualidade técnica que fundamentou sua escolha no processo licitatório. A agência será selecionada com base em critérios rigorosos de qualificação técnica, capacidade criativa e estrutura operacional, elementos que seriam comprometidos caso terceiros assumissem parte das atividades. Além disso, a subcontratação poderia gerar dificuldades no acompanhamento e fiscalização contratual, diluindo responsabilidades e enfraquecendo o controle sobre a execução. Essa prática também aumentaria os riscos de inconsistências na comunicação institucional, devido à falta de alinhamento estratégico entre a contratada e os possíveis subcontratados. Por fim, vedar a subcontratação reforça os princípios de eficiência, economicidade e transparência, essenciais para garantir que os serviços contratados atendam integralmente às necessidades do município e aos padrões estabelecidos pela administração pública.

e) Justificativa quanto a garantia da contratação.

Não haverá exigência da garantia da contratação nos termos possibilitados no artigo 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021.

A não exigência de garantia para a contratação, nos termos do artigo 96 e seguintes da Lei nº 14.133/2021, se justifica com base nas características específicas deste tipo de contrato e nos princípios de conveniência e adequação da Administração Pública. O artigo 96 da Lei nº 14.133/2021 deixa a mencionada exigência a critério da autoridade competente, de modo que se entende que a mencionada garantia pode ser exigida em contratações que envolvam riscos financeiros para a Administração ou que exijam cumprimento de obrigações de difícil execução, como obras e serviços complexos. No entanto, no caso de serviços publicitários, esses riscos são consideravelmente menores, uma vez que a natureza das entregas é predominantemente intelectual e criativa, com um escopo bem definido e resultados mensuráveis em curto prazo. A Agência contratada assume a responsabilidade pela execução da campanha publicitária, sendo a qualificação técnica e a experiência da empresa suficientes para garantir o cumprimento do contrato sem a necessidade de uma garantia adicional. Ademais, a ausência de exigência de garantia contribui para simplificar o processo licitatório, tornando-o mais ágil e econômico, o que está em consonância com os princípios da eficiência e economicidade previstos pela legislação vigente. Por fim, a Administração Municipal poderá adotar outras formas de controle e fiscalização da execução contratual, sem a necessidade de envolver garantias financeiras, o que reforça a confiança no cumprimento dos termos contratuais sem a imposição de encargos adicionais.

f) Justificativa quanto a vedação de participação de consórcio:

A vedação à participação de empresas em consórcio na presente contratação se justifica com base nas características e necessidades específicas deste tipo de contrato, alinhadas aos princípios de eficiência e simplicidade no processo licitatório. Serviços publicitários, por sua natureza, envolvem um conjunto de habilidades técnicas e criativas que exigem um alto grau de especialização e integração entre os profissionais da agência contratada. A contratação de uma única empresa é preferível, pois garante maior coesão na execução da campanha publicitária, além de facilitar o controle e a fiscalização das entregas.



No caso específico dos serviços de comunicação e publicidade, o risco financeiro é reduzido, uma vez que as entregas são claramente mensuráveis, e o escopo do trabalho, predominantemente intelectual, é bem definido. Diferentemente de obras ou serviços complexos, onde a atuação de um consórcio pode ser necessária para distribuir responsabilidades, a publicidade não envolve riscos elevados que justifiquem a fragmentação do contrato entre múltiplas empresas. Além disso, a contratação de uma única agência facilita a fiscalização e o acompanhamento da execução contratual, evitando possíveis falhas de comunicação ou desvios de responsabilidades que poderiam ocorrer em um consórcio.

Essa abordagem contribui para a simplificação do processo licitatório, reduzindo a burocracia e os custos administrativos, e está em conformidade com os princípios de economicidade e eficiência previstos na Lei nº 14.133/2021. A escolha por uma única empresa também garante maior clareza na relação contratual, sem a necessidade de coordenação entre diferentes partes, o que resultaria em possíveis dificuldades operacionais e no aumento da complexidade da gestão do contrato.

Dessa forma, a vedação ao consórcio atende ao interesse público, proporcionando uma execução mais eficiente, transparente e alinhada às necessidades de comunicação do município de Horizonte.

15. RELAÇÃO DE ANEXOS:

- a) TABELA DA SINAPRO – SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA.
- b) DOCUMENTO DE FORMALIZAÇÃO DA DEMANDA – DFD.
- c) DESIGNAÇÃO DE EQUIPE DE PLANEJAMENTO.
- d) SOLICITAÇÃO DE COTAÇÃO DE PREÇOS.
- e) RELATÓRIO DE PESQUISA DE PREÇOS (MAPA/ORÇAMENTO, COTAÇÕES E ETC.).

HORIZONTE/CE, 11 DE SETEMBRO DE 2025.

UNIDADE TÉCNICA/RESPONSÁVEL	
RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO DO DOCUMENTO:	
ANTÔNIO ADAIRTON OLIVEIRA GUERRA COORDENADOR FINANCEIRO	
ÓRGÃOS RESPONSÁVEIS PELA DEMANDA	
ITACIANA CARNEIRO ANDRADE SECRETÁRIA DE CULTURA E TURISMO	
ANTÔNIA KATIA DE OLIVEIRA MAIA GABINETE DO PREFEITO	RICARDO DANTAS SAMPAIO SECRETARIA DE INFRAESTRUTURA, OBRAS PÚBLICAS E RECURSOS HÍDRICOS
GEZENIRA RODRIGUES DA SILVA	JOSÉ NETO MAIA SECRETARIA DE SEGURANÇA, CIDADANIA, TRÂNSITO



PREFEITURA DE
HORIZONTE
O TRABALHO CONTINUA

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO	E TRANSPORTE
ANA CLÁUDIA DE FRANÇA MORAIS SECRETARIA DE SAÚDE	CARLOS ELOY CAVALCANTE LIMA SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER
RICARDO SANTOS TEIXEIRA SECRETARIA DE FINANÇAS	LARA HILL MOREIRA DA ROCHA SECRETARIA DE URBANISMO E AGROPECUÁRIA
JAIME RIBEIRO DO NASCIMENTO SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO	URBANO COSTA LIMA SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO
MARGARIDA RAVENNA GUIMARAES CHAVES SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA, IGUALDADE E DESENVOLVIMENTO SOCIAL/ FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL	RENÊ CORDEIRO GOMES DE FREITAS AUTARQUIA DE MEIO AMBIENTE – AMMAH

“Este documento é parte integrante e contém cópia fiel dos dados do Estudo Técnico Preliminar original, tendo sido reproduzido em formato digital para fins de atendimento a inserção eletrônica nos portais, contudo, fora baseado no documento de origem o qual repousa dos autos”.



PREFEITURA DE
HORIZONTE
O TRABALHO CONTINUA

ANEXO – A DO ETP

TABELA DA SINAPRO – SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Em anexo



PREFEITURA DE
HORIZONTE
O TRABALHO CONTINUA

ANEXO – B DO ETP

DOCUMENTO DE FORMALIZAÇÃO DA DEMANDA – DFD

“As peças referidas neste anexo, repousa nos autos, na fase preparatória constante do procedimento, justificando a sua não reprodução em nome do princípio da economicidade e do desenvolvimento sustentável”.



PREFEITURA DE
HORIZONTE
O TRABALHO CONTINUA

ANEXO – C – DO ETP

DESIGNAÇÃO DE EQUIPE DE PLANEJAMENTO

“As peças referidas neste anexo, repousa nos autos, na fase preparatória constante do procedimento, justificando a sua não reprodução em nome do princípio da economicidade e do desenvolvimento sustentável”.



PREFEITURA DE
HORIZONTE
O TRABALHO CONTINUA

ANEXO – D DO ETP

SOLICITAÇÃO DE COTAÇÃO DE PREÇOS

“As peças referidas neste anexo, repousa nos autos, na fase preparatória constante do procedimento, justificando a sua não reprodução em nome do princípio da economicidade e do desenvolvimento sustentável”.



PREFEITURA DE
HORIZONTE
O TRABALHO CONTINUA

ANEXO – E – DO ETP

RELATÓRIO DE PESQUISA DE PREÇOS (MAPA/ORÇAMENTO, COTAÇÕES E ETC.).

“As peças referidas neste anexo, repousa nos autos, na fase preparatória constante do procedimento, justificando a sua não reprodução em nome do princípio da economicidade e do desenvolvimento sustentável”.

VALORES
REFERENCIAIS DE
SERVIÇOS INTERNOS



2025

SINAPRO CEARÁ

GESTÃO 2023 - 2026

Evandro Colares

Presidente

Agência - Advance Comunicação & Marketing

Paulo Henrique Donato

Diretor de Relações com Mercado

Agência - PHD Comunicação e Eventos

Lavor Neto

Diretora de Assuntos Institucionais

Agência - Bolero Serviços em Comunicação e Publicidade

Ana Celina Bueno

Diretora Tesoureira

Agência - Acesso Comunicação

Claúdio Augusto

Diretor Secretário

Agência CK Comunicação e Serviços Publicitários

Bob Santos

Conselheiro Fiscal

Agência - SG Propag Comunicação & Marketing

Duda Brígido

Conselheiro Fiscal

Agência - EBM Quintto Comunicação

Giácomo Chiesa

Conselheiro Fiscal

Agência - GK Agência de Publicidade Ltda

SERVIÇOS INTERNOS **DIGITAIS**

ESTA TABELA CONTEMPLA CRIAÇÃO, CONCEPÇÃO E/OU LAYOUT.

NÃO INCLUI: PROGRAMAÇÃO, EXECUÇÃO TECNOLÓGICA E PRODUÇÃO.

REFAÇÃO - ADICIONAL DE 40%. VALORES EM REAIS.

ANÚNCIOS DISPLAY

PEÇA/TIPO		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	VALOR TOTAL
1	Qualquer formato s/ animação	R\$ 1.199,00	R\$ 800,00	R\$ 1.999,00
2	Qualquer formato c/ animação	R\$ 2.400,00	R\$ 1.601,00	R\$ 4.002,00
3	Qualquer formato c/ rich media (animação avançada)	R\$ 4.802,00	R\$ 3.200,00	R\$ 8.002,00
4	Pop up/Lightbox	R\$ 3.220,00	R\$ 2.147,00	R\$ 5.367,00

PEÇA/TIPO		POR FORMATO	19 FORMATOS GDN*
5	Replicação (ajustes de especificações para outros veículos)	R\$ 563,00	R\$ 2.517,00

FORMATOS MAIS UTILIZADOS

PEÇA/DIMENSÕES		PIXELS
6	Arranha-céu (Skyscraper)	120 x 600
7	Arranha-céu largo (Wide skyscraper)	160 x 600
8	Banner	468 x 60
9	Superbanner (Cabeçalho)	728 x 90
10	Superbanner expansível	728 x 90 - 728 x 300
11	Gigabanner (Cabeçalho grande)	970 x 90
12	Retângulo	180 x 150
13	Retângulo médio	300 x 250
14	Retângulo grande	336 x 280
15	Retângulo vertical	240 x 400
16	Barra vertical	200 x 446
17	Quadrado	250 x 250
18	Quadrado pequeno	200 x 200
19	Meia página (Half page)	300 x 600
20	Outdoor (Billboard)	970 x 250
21	Dhtml/Floater	Variável, até 72.200 pixels de área
MOBILE		
22	Feature Phones	
23	Small Banner	120 x 20
24	Medium Banner	168 x 28
25	Large Banner	216 x 36
26	Smart Phones - Web & APPs	
27	Banner e Banner Expansível	300 x 50
28	Wide Banner e Wide Banner Expansível	320 x 50
29	Interstitial	300 x 250
30	Wallpaper	1920 x 1080
31	e-Book (Projeto Gráfico)	600 x 800
32	Custos de roteiro para publicação em stories, facebook, whatsapp.	1080 x 1920 / 1080 x 1080
33	Avatar	
34	Destaque canais de redes sociais	
35	Capa Facebook – 851 px X 315 px	851 px X 315 px
36	Capa Instagram – 1128 px X 191 px, proporção 4:1	1128 px X 191 px, proporção 4:1
37	Capa LinkedIn – 1584 px X 396 px	1584 px X 396 px
38	Capa Twitter – 1500 px X 500 px	1500 px X 500 px
39	Capa WhatsApp – 590 px X 340 px	590 px X 340 px
40	Capa Youtube	Informações principais: 1546 px X 423 px
41	TV: 2560 px X 1440 px	2560 px X 1440 px
42	Desktop: 2560 px X 423 px	2560 px X 423 px
43	Tablet: 1855 px X 423 px	1855 px X 423 px
44	Smartphones: 1546 px X 423 px	1546 px X 423 px

Observação: Formatos padrão IAB e Rede Display Google (GDN). Sujeitos a alteração.

OUTRAS PEÇAS

PEÇA		CRIAÇÃO/FINALIZAÇÃO
45	Post simples/Anúncios Redes Sociais (jpg/gifs + texto)	R\$ 1.764,00
46	Post Carrossel (jpg/gifs + texto - Visto que um carrossel geralmente tem mais de 3 telas)	R\$ 4.412,00
47	Post Canvas	R\$ 1.743,00
48	Cover para Redes Sociais (estático)	R\$ 5.294,00
49	Filtros (redes sociais) Baixa complexidade	R\$ 1.426,00
50	Filtros (redes sociais) Alta complexidade	R\$ 4.599,00
51	Bumper 6"	R\$ 1.426,00
52	Vídeo para internet/Reels 05"	R\$ 2.329,00
53	Vídeo para internet/Reels 15"	R\$ 6.989,00
54	Vídeo para internet/Reels 30"	R\$ 10.482,00
55	Vídeo para internet/Reels 60"	R\$ 15.723,00
56	Vídeo para internet/Reels 90"	R\$ 26.206,00
57	Templates para Live/Campanhas Digitais	R\$ 2.499,00
58	Legenda/Outpost para Peças de Redes Sociais	R\$ 1.126,00
59	Capa para vídeo para internet/Reels	R\$ 2.104,00
60	Criação de Thumbnails Youtube	R\$ 3.317,00
61	Instant Articles	R\$ 3.461,00
62	Modelagem 3D	R\$ 11.006,00

Obs.: Para anúncio estático cobrar 60%

PEÇA		CRIAÇÃO/ANIMAÇÃO/PROGRAMAÇÃO
63	Anúncio para Tablet Horizontal ou Vertical	R\$ 2.899,00
64	Anúncio para Tablet Horizontal e Vertical	R\$ 4.590,00

*1) Adaptações de materiais já criados: 40% do valor original

2) Os preços de anúncio para tablet incluem animação e programação.

Para anúncio estático cobrar 60%.

PROJETOS

Os preços a seguir referem-se a projetos solicitados com mais frequência por clientes. Incluem os custos de horas-homem dos profissionais envolvidos, das áreas Atendimento, Planejamento, Gestão, Design/Criação.

PREÇOS REFERENCIAIS

A realização de um projeto pode utilizar profissionais de todas as áreas ou não. Além disso, os projetos tem especialidades e graus de complexidade diferentes, que demandam mais ou menos horas-homem. Por isso, sugerimos a seguir preços referenciais em projetos de média complexidade.

ETAPAS DE TRABALHO

Etapas de trabalho possíveis para um projeto: diagnóstico, planejamento, protótipo, layout, desenvolvimento (programação) e produção de conteúdo. A existência ou não de todas as etapas depende da natureza e do grau de complexidade do projeto.

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

EXCLUSIVO PARA REDES SOCIAIS

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
65	Cobertura de eventos – até 3h**	R\$ 2.414,00
66	Cobertura de eventos noturno – após 20h – até 2h**	R\$ 3.565,00
67	Cobertura (sábados, domingos e feriados) – até 3h**	R\$ 4.715,00
68	Captação externa – até 2h**	R\$ 2.174,00
69	Locução para vídeo para redes sociais – até 1'	R\$ 1.737,00
70	Fotos semiprofissionais para redes sociais (captação de até 5 fotos)	R\$ 1.322,00
71	Personagem/Modelo para conteúdo digital	R\$ 574,00
72	Edição de vídeo para redes sociais de até 1' com imagem disponibilizada pelo cliente	R\$ 4.645,00
73	Captação e edição de PodCast	R\$ 10.772,00 /Captar até 2 horas
		R\$ 5.305,00 /Editar até 2 horas
		R\$ 15.389,00 /Captar até 4 horas
		R\$ 10.610,00 /Editar até 4 horas
74	Captação e transmissão de Live	R\$ 44.180,00 /Diária
75	Imagens/Anúncios criadas por IA	R\$ 3.166,00
76	Locução criada por IA	R\$ 2.468,00
77	Trilha criada por IA	R\$ 4.516,00
78	Jingle criado por IA	R\$ 4.516,00
79	Vídeo criado por IA até 05"	R\$ 2.329,00
80	Vídeo criado por IA até 15"	R\$ 6.989,00
81	Vídeo criado por IA até 30"	R\$ 10.482,00
82	Vídeo criado por IA até 60"	R\$ 15.723,00
83	Vídeo criado por IA até 90"	R\$ 26.206,00

*Os itens acima são exclusivos para conteúdo digital, não sendo permitido a veiculação em outros meios.

**Deslocamento pago pelo cliente.

BUSINESS INTELLIGENCE

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
84	O Business Intelligence é amplo com várias áreas de atuação, tais como: big data, análise qualitativa e quantitativa de dados, planejamento de TI, banco de dados, entre outras. Escolhemos inserir o preço referência do serviço mais demandado pelos clientes: análise de campanhas de comunicação.	
	Análise de BI Análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações.	R\$ 7.246,00
85	Relatório Benchmarking Análise profunda de empresas que podem ser referências no mercado, do mesmo setor competitivo, ou de segmentos relacionados, através de métricas e dados. Análises de aspectos competitivo, performático, interno, cooperativo e genérico	R\$ 10.870,00
86	Relatório de repercussão Análise da repercussão de determinado assunto (crise) em evidência com os principais publicadores, extração de comentários, sentimentalização, nuvem de palavras e principais percepções. O relatório auxilia a marca/cliente a identificar os pontos críticos envolvendo a imagem da marca ou da figura pública	R\$ 14.494,00
87	Pesquisa e Análise de Influenciadores (até 5) O relatório tem como objetivo identificar influenciadores que conversam com o público solicitado pela marca/cliente, além de trazer indicadores qualitativos da base de seguidores do influenciador. Através de filtros avançados é possível identificar influenciadores de maior afinidade com a marca/cliente	R\$ 14.494,00
88	Relatório de Saúde Digital Análise de performance das redes sociais e marca do cliente, compreende análise da imagem, principais percepções e análise de sentimentalização por um determinado período	R\$ 29.615,00
89	Relatório BI Dashboard, baixa complexidade	R\$ 4.549,00 /Para o período de até 30dias
90	Relatório BI Dashboard, alta complexidade	R\$ 8.121,00 /Para o período de até 30dias
91	Relatório BI Dashboard - (Atualização diária)	R\$ 41.856,00 /Para o período de até 30dias

CAMPANHAS DIGITAIS

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO DE CAMPANHA		
92	Planejamento Estratégico de Campanhas Digitais	R\$ 30.925,00
93	Planejamento de Média para Campanhas Digitais	R\$ 19.327,00
94	Relatório de entrega - Dashboard	R\$ 4.549,00

Observação: Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais.

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.		
95	Rede de Display Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas	20% da verba gerenciada
96	Programática Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas	20% da verba gerenciada
97	Campanhas Digitais Campanhas digitais por meio de impulsionamento de postagens em redes sociais e plataformas digitais.	20% da verba gerenciada

Observação: Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais.

LINK PATROCINADOS

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
98	Planejamento e Criação	20% da verba gerenciada
99	Gestão da Campanha	20% da verba gerenciada
100	Rede de Pesquisa Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas	20% da verba gerenciada

ADVERGAMES

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
101	Planejamento de Advertising in Game	R\$ 36.013,00
102	Design por Interface (preço por tela)	Preço sob Consulta
103	Game Online Standard	Preço sob Consulta
104	Mobile	Preço sob Consulta
105	Game On-Line Original	Preço sob Consulta
106	Social Game (jogos p/ mídias sociais)	Preço sob Consulta

REDES SOCIAIS

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
107	GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE A gestão de campanha de performance é focada no desempenho, retorno sobre o investimento e conversões, visando maior geração de negócios com menor custo	R\$ 39.863,25
	* Definição dos objetivos a serem atingidos	
	* Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma	
	* Definição de métricas para acompanhamento	
	* Métricas e monitoramento de resultados	
	* Análise de funil digital	

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
108	GESTÃO DE REDES SOCIAIS É o processo de gerenciamento da presença online nas diversas plataformas de mídia social, com periodicidade e frequência de publicação. Compreende o envolvimento e interação com os usuários	R\$ 11.597,00 /mês - Por canal
	Gestão de Canais e Conteúdo * Gestão de conteúdo para o canal, com periodicidade e frequência de publicação * Publicação de conteúdo próprio ou terceiros * Planejamento recorrente dos temas abordados no mês * Entrega e apresentação de relatório mensal	
	Gestão de Monitoramento * Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 800 menções/mês) * Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados * Monitoramento de menções e sentimentalização * Entrega e apresentação de relatório mensal	
	Gestão de Relacionamento * Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca (até 500K seguidores) * Monitoramento e análise para ações emergenciais complexas e sem complexidade * Volume médio de 1500 interações por mês * Entrega e apresentação de relatório mensal	
	111 Gerenciamento de WhatsApp (Até 200 interações por mês)	R\$ 24.028,00 /mês - Por canal
112	Gestão de Monitoramento com Influenciador * Entregas totais iguais ao item 55 (GESTÃO DE MONITORAMENTO) * Adicional de monitoramento do canal do Influenciador	R\$ 16.750,00 /mês - Por canal
113	Sac 2.0 - Chatbot (IA) Criação, programação e ativação de Bot para interação nas redes sociais.	
	Setup	R\$ 24.028,00
	Manutenção mensal	R\$ 11.960,00

Observação: Imagens devem ser fornecidas pelo cliente ou através de banco de imagens comprado. Serviços extras pagos a parte como: cobertura de eventos (incluindo os noturnos e em finais de semanas/feriados), produção de vídeos, contratação de ferramentas de monitoramento e SAC

SEO

(SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
114	PLANEJAMENTO Etapa fundamental para o sucesso dos projetos de SEO, o planejamento identifica os melhores termos (Palavras-chave) e melhores canais para posicionar a marca, considerando o produto/serviço, concorrência e, principalmente, volume de buscas na internet, a fim de assegurar o melhor posicionamento da marca nos sites de busca. São definidas as metas e os KPIs que nortearão a gestão de SEO. Estratégias de link building, conteúdo e performance também são definidas no planejamento, bem como melhorias técnicas para otimizar a indexabilidade nos mecanismos de busca.	R\$ 31.891,00
	* Análise do comportamento de busca do mercado da empresa * Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência * Identificação das palavras-chave que estão masia associadas ao domínio * Definição dos melhores canais (buscadores) * Definição dos tipos de conteúdo mais adequados * Definição das estratégias de link building * Análise do Ranking orgânico (organic) e de autoridade (authority) * Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas * Traffic source - tendências no volume de buscas para o mercado/segmento, em todos os buscadores * Análise do campo Semantico para qualificação de audiência desejada * Definição da estratégia de Gestão de Autoridade * Definição de Metas e KPIs	

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
115	DIAGNÓSTICO E SETUP INICIAL DO CAIXA Consiste em ações técnicas no canal, executadas no inicio do trabalho de gestão, que visam corrigir falhas e tornar o canal ótimo e relevante para os buscadores.	R\$ 14.496,00
	* Apontamento de otimizações da estrutura da informação no site * Melhorias do Title e Meta Description * Correções na indexação do site (rastreamento, ações manuais, DNS, 404, robots, sitemaps e servidor) * Levantamento de Transferência de propriedade e autoridade de página/domínio * Analises de Broken Link, Backlinks e Link Building * Identificação de erros e fatores que podem ser interpretados como black hat * Relatório de posição do site na busca orgânica em palavras-chave positivas	

Observação: Preço para 20 Seções/Templates.

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
116	GESTÃO DE SEO A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. É fundamental para chegar à primeira página dos buscadores e manter o site em evidência.	R\$ 11.597,00 /mês
	* Orientação para criação de conteúdos relacionados aos objetivos traçados * Instruções técnicas para otimização de páginas * Revisão constante de códigos do canal * Otimização do conteúdo e das imagens * Instruções para otimização de back-links * Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento * Volume sugerido criação de um conteúdo por semana.	

Observação: Escopo e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especificação funcional semelhante aos citados nesta tabela.

WEBSITE

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
117	Criação	R\$ 3.442,00 (preço por tela)
118	Programação, Execução Tecnológica e Produção	Preço Sob Consulta

HOTSITE

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
119	Criação	R\$ 3.442,00 (preço por tela)
120	Programação, Execução Tecnológica e Produção	Preço Sob Consulta

MOBILE SITE

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
121	Criação	R\$ 3.442,00 (preço por tela)
122	Programação, Execução Tecnológica e Produção	Preço Sob Consulta

BLOG

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
123	Criação	R\$ 8.698,00 (preço por tela)
124	Programação, Execução Tecnológica e Produção	Preço Sob Consulta

LANDING PAGE

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
125	Criação	R\$ 9.334,00 (preço por tela)
126	Programação, Execução Tecnológica e Produção	Preço Sob Consulta

Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page:

- 1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.
- 2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

MOBILE APP

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
Desenvolvimento de aplicativo híbrido, proprietário, para as plataformas Android e iOS. Especificação Funcional, Arquitetura de Informação (UX), Wireframe, Layout e Desenvolvimento Front-End e Back-End. Funcionalidades: Login, Logout, Esqueci Minha Senha, Termos de Uso, Cadastro, Sobre o Aplicativo, Galeria de Fotos, Notícias, Push Notification, Eventos, Alteração de Dados Cadastrais, Painel de Administração para Atualização de Conteúdo e APIs de Integração entre o Back-end e o APP. Compatibilidade e testes nas últimas versões de sistema operacional dos principais dispositivos.		
127	Criação de aplicativos (por página)	R\$ 3.442,00
128	Planejamento de aplicativos	R\$ 16.207,00
129	Aplicativo original (execução)	Preço Sob Consulta
130	Aplicativo Original	R\$ 64.113,00
131	Criação de Aplicativos Standard	R\$ 18.128,00
132	Gestão de ASO (custo por mês)	R\$ 7.650,00
133	Planejamento de Aplicativos	R\$ 17.827,00

Observação: O preço não inclui produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.

E-COMMERCE

SERVIÇO / ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
134	Criação (por página)	R\$ 3.442,00
135	Planejamento	R\$ 16.207,00
136	Execução	Preço Sob Consulta

Observações:

- 1) O preço não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento, homologação de formas de entrega e carga de produtos.
- 2) O preço não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que deve ser orçado à parte.
- 3) O preço não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

E-MAIL MARKETING

SERVIÇO / ESCOPO		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	VALOR TOTAL
Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.				
137	Criação de layout Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente e mais diagramação	R\$ 5.761,00	R\$ 3.843,00	R\$ 9.604,00
138	Produção HTML	R\$ 1.920,00		R\$ 1.920,00
139	Ferramenta de envio			Preço Sob Consulta
140	Disparo			Preço Sob Consulta
141	Mensuração			Preço Sob Consulta
142	Outros serviços de E-mail Marketing Importação, higienização e segmentação da base, Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	Preço Sob Consulta		

NEWSLETTER

SERVIÇO / ESCOPO		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	VALOR TOTAL
143	Produção Editorial	R\$ 4.798,00		R\$ 4.798,00
144	Criação de layout	R\$ 9.604,00	R\$ 6.399,00	R\$ 16.003,00
145	Produção HTML	R\$ 3.121,00		R\$ 3.121,00
146	Ferramenta de envio			Preço Sob Consulta
147	Disparo			Preço Sob Consulta
148	Mensuração			Preço Sob Consulta
149	Outros serviços de Newsletter Importação, higienização e segmentação da base, Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	Preço Sob Consulta		

WHATSAPP

SERVIÇO / ESCOPO		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	VALOR TOTAL
150	Card sem animação	R\$ 4.537,00	R\$ 3.026,00	R\$ 7.563,00
151	Card com animação	R\$ 6.479,00	R\$ 4.320,00	R\$ 10.799,00
152	Figurinha Estática para Whatsapp	R\$ 1.056,00		R\$ 1.056,00
153	Figurinha Animada para Whatsapp	R\$ 2.111,00		R\$ 2.111,00

MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL

Custos referenciais hora-homem planejamento, criação, execução e gestão de projetos digitais, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis.

EXEMPLOS:

Site, mobile site, hotsite, e-commerce, landing page, blog e mobile app.

Análise de presença, Planejamento e Gestão de marcas em redes sociais.

Planejamento e Gestão de campanhas digitais.

Planejamento, setup e gestão de SEO

Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais etc.

Criação e produção de Intervenções diferenciadas.

O orçamento final será baseado em dois pilares essenciais:

1 - Detalhamento claro do escopo de trabalho

2 - Metodologia para execução e gestão de projeto.

VALORES REFERENCIAIS DE HORA-HOMEM POR ÁREA

ÁREAS		PREÇO REFERÊNCIA
154	Planejamento	R\$ 435,00 á R\$ 653,00
155	Atendimento e Gestão	R\$ 290,00 á R\$ 435,00
156	Design e Criação	R\$ 435,00 á R\$ 653,00
157	Produção de Conteúdo (Web ou Redes Sociais)	R\$ 290,00 á R\$ 435,00
158	Programação	Preço Sob Consulta

ANEXO - INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Este Anexo segue rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas Padrão, bem como a legislação da indústria da Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680/65, e os Decretos nº 57.690/66 e nº 4.563/02.

Serviços Internos

Os serviços internos são cobrados conforme os valores estipulados neste documento e devem obedecer ao item 3.6 das Normas - Padrão do CENP.

Serviços Externos

São todos os serviços contratados com terceiros para execução dos trabalhos dos clientes anunciantes sob supervisão da agência. Os honorários de agência à taxa de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os custos dos serviços de terceiros devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP. Os honorários não incidem sobre os serviços internos, impostos, encargos sociais e reembolsos de despesas.

Reembolso de Despesas

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópia etc. Quando os reembolsos de despesas sofrerem taxação de ISS, este custo deve ser repassado ao cliente.

Serviços não Previstos

A cobrança de serviços não previstos neste documento são de livre acerto entre a agência e o cliente.

Interior do Estado

Este documento é aplicável a todo o Estado do Ceará.

Para o interior do estado, os preços praticados serão de 50% dos valores desta tabela.

TABELA VALIDA ATÉ JANEIRO DE 2026

SERVIÇOS INTERNOS

OFF - LINE

ESTA TABELA CONTEMPLA CRIAÇÃO, CONCEPÇÃO E/OU LAYOUT.

NÃO INCLUI: PROGRAMAÇÃO, EXECUÇÃO TECNOLÓGICA E PRODUÇÃO.

REFAÇÃO - ADICIONAL DE 40%. VALORES EM REAIS.

Criação Campanha (tema/conceito*)		
		Total
1	Imobiliária	R\$ 18.728,00
2	Produto	R\$ 24.709,00
3	Varejo	R\$ 16.908,00
4	Institucional público/privado	R\$ 24.709,00
5	Serviço, Comunicação, Educação, Cultura, Turismo	R\$ 16.908,00
6	Ecologia	R\$ 9.104,00
7	Responsabilidade social	R\$ 9.104,00
8	Não mídia	R\$ 32.513,00
9	Internet	R\$ 32.513,00
10	Posicionamento e reposicionamento de Marca	R\$ 24.709,00
11	Endomarketing	R\$ 24.709,00

Planejamento*		
		Total
12	Lançamento de empresa	R\$ 73.282,00
13	Lançamento/Relançamento de produto	R\$ 73.282,00
14	Lançamento imobiliário	R\$ 41.876,00
15	Planejamento anual de produto/marca	R\$ 73.282,00
16	Ação de guerrilha	R\$ 16.908,00
17	Campanha guerrilha	R\$ 89.733,00
18	Ação promocional	R\$ 16.908,00
19	Campanha promocional	R\$ 62.812,00
20	Campanha incentivo e/ou relacionamento	R\$ 44.864,00
21	Calendário anual promocional	R\$ 71.499,00
22	Convenção	R\$ 64.934,00
23	Eventos	R\$ 64.934,00
24	Participação de feiras	R\$ 44.864,00
25	Raciocínio básico	R\$ 13.789,00
26	Estratégia de comunicação publicitária	R\$ 13.789,00
27	Ideia criativa (só texto, não inclui as peças)	R\$ 13.789,00
28	Estratégia de mídia e não mídia	R\$ 9.239,00
29	Plano de mídia (por meio)	R\$ 1.696,00
30	Relatos de casos (cada)	R\$ 4.492,00
31	Levantamento de dados sobre o cliente ou produto, quando não fornecido pelo cliente para fazer o briefing	R\$ 6.878,00
32	Briefing (quando não fornecido pelo cliente)	R\$ 9.238,00
33	Planejamento de campanha Institucional	R\$ 62.812,00
34	Posicionamento e reposicionamento de Marca	R\$ 24.709,00
35	Endomarketing	R\$ 24.709,00
36	Questionário para Pesquisa	R\$ 9.239,00
37	Roteiro para pesquisa Qualitativa	R\$ 9.239,00
38	Planejamento e Mecânica para Promoção e Concursos	R\$ 62.812,00
39	Regulamento para Promoção e Concursos	R\$ 9.239,00

*Não inclusos os custos do tema/conceito de campanha e/ou criação, finalização e computação gráfica das peças sugeridas no planejamento.

Projetos Gráficos (não inclusos os custos de finalização e computação gráfica, que deverão ser cobrados à parte)					
				Total	
40	Catálogo até 16 páginas			R\$ 7.805,00	
41	Catálogo até 48 páginas			R\$ 15.606,00	
42	Folder especial de lançamento imobiliário até 16 páginas			R\$ 11.703,00	
43	Folder especial de lançamento imobiliário até 48 páginas			R\$ 23.409,00	
44	Livro de texto (por página)			R\$ 900,00	
45	Livro com ilustração (por página)			R\$ 2.436,00	
46	Livro institucional (por página)			R\$ 1.625,00	
47	Livro de arte			R\$ 2.436,00	
48	Jornal			R\$ 900,00	
49	Revista (por página)			R\$ 1.625,00	
50	Relatório anual/diretoria (por página)			R\$ 1.625,00	
51	House Organ (por página)			R\$ 900,00	
52	Agenda (por página customizada)			R\$ 2.436,00	
53	Mostruários			R\$ 15.606,00	
54	Cartilha (por página)			R\$ 2.436,00	
55	Encarte CD/DVD			R\$ 6.504,00	
56	Encarte jornal/revista			R\$ 6.504,00	
57	Newsletter			R\$ 6.504,00	
58	Portfólio (por página)			R\$ 2.436,00	
59	Apresentação em Power Point ou Similar (por página)			R\$ 2.234,00	
60	Apresentação em Flash (por slide)			R\$ 3.322,00	
61	Album de Figurinha (por página)			R\$ 3.655,00	
62	Papelaria			R\$ 11.311,00	
63	Calendário			R\$ 17.777,00	
Projeto de Programação Visual (não inclusos os custos de produção, finalização e computação gráfica)					
				Total	
64	Eventos e Feiras			R\$ 20.806,00	
65	Microempresa			R\$ 8.978,00	
66	Pequena empresa			R\$ 11.859,00	
67	Média empresa			R\$ 18.842,00	
68	Grande empresa			R\$ 33.137,00	
Anúncios de Jornal (caderno tamanho standard)					
Layout			Finalização	Computação Gráfica	Total
69	Até 1/4 página (80 cm/col)	R\$ 1.588,00	R\$ 774,00	R\$ 357,00	R\$ 2.719,00
70	Até 1/2 página (160 cm/col); Orelha	R\$ 2.711,00	R\$ 1.052,00	R\$ 688,00	R\$ 4.451,00
71	Até 1 página (684 cm/col); Sobrecapa de 1 página	R\$ 3.509,00	R\$ 1.469,00	R\$ 1.325,00	R\$ 6.303,00
72	Página dupla; Sobrecapa dupla promocional	R\$ 5.266,00	R\$ 2.589,00	R\$ 2.646,00	R\$ 10.501,00
73	Apliques, Cintas	R\$ 1.694,00	R\$ 660,00	R\$ 357,00	R\$ 2.711,00
74	Fronhas plásticas; Post-it	R\$ 1.063,00	R\$ 609,00	R\$ 297,00	R\$ 1.969,00
Anúncio de Jornal (caderno tamanho classificados)					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
75	Até 60 cm/col	R\$ 1.063,00	R\$ 399,00	R\$ 218,00	R\$ 1.680,00
76	Até 1/2 página	R\$ 1.610,00	R\$ 628,00	R\$ 357,00	R\$ 2.595,00
77	Até 1 página	R\$ 2.086,00	R\$ 838,00	R\$ 688,00	R\$ 3.612,00
78	Página dupla	R\$ 3.135,00	R\$ 1.469,00	R\$ 1.325,00	R\$ 5.929,00

Edital (Atas/Avisos/Balancetes/Balanços/Editais)					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
79	Até 1/4 página (80 cm/col)	R\$ 957,00	R\$ 490,00	R\$ 218,00	R\$ 1.665,00
80	Até 1/2 página (160 cm/col)	R\$ 1.528,00	R\$ 800,00	R\$ 297,00	R\$ 2.625,00
81	Até 1 página (684 cm/col)	R\$ 1.981,00	R\$ 959,00	R\$ 594,00	R\$ 3.534,00
82	Página dupla	R\$ 2.980,00	R\$ 1.802,00	R\$ 1.192,00	R\$ 5.974,00

Anúncio Revista					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
83	Até 1/2 página	R\$ 1.478,00	R\$ 571,00	R\$ 549,00	R\$ 2.598,00
84	Até 1 página; Sobrecapa	R\$ 2.221,00	R\$ 861,00	R\$ 879,00	R\$ 3.961,00
85	Até página dupla	R\$ 3.719,00	R\$ 1.452,00	R\$ 1.704,00	R\$ 6.875,00
86	Aplices	R\$ 1.694,00	R\$ 660,00	R\$ 357,00	R\$ 2.711,00
87	Cintas; Post-it; Marcador	R\$ 1.052,00	R\$ 571,00	R\$ 297,00	R\$ 1.920,00
88	Fronhas plásticas	R\$ 1.192,00	R\$ 616,00	R\$ 297,00	R\$ 2.105,00
89	Orelha	R\$ 1.469,00	R\$ 571,00	R\$ 357,00	R\$ 2.397,00

Anúncio Publieditorial					
		Diagramação	Finalização	Computação Gráfica	Total
90	Jornal até 80cm/col	R\$ 957,00	R\$ 977,00	R\$ 357,00	R\$ 2.291,00
91	Jornal até 160cm/col	R\$ 1.528,00	R\$ 1.603,00	R\$ 549,00	R\$ 3.680,00
92	Jornal até 1 página	R\$ 1.985,00	R\$ 1.920,00	R\$ 906,00	R\$ 4.811,00
93	Jornal página dupla	R\$ 2.775,00	R\$ 3.516,00	R\$ 1.265,00	R\$ 7.556,00
94	Revista até 1/2 página	R\$ 957,00	R\$ 977,00	R\$ 357,00	R\$ 2.291,00
95	Revista até 1 página	R\$ 1.528,00	R\$ 1.603,00	R\$ 549,00	R\$ 3.680,00
96	Revista página dupla	R\$ 2.064,00	R\$ 1.920,00	R\$ 678,00	R\$ 4.662,00

Outdoor/Indoor					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
97	Adesivo de chão	R\$ 3.189,00	R\$ 949,00	R\$ 1.486,00	R\$ 5.624,00
98	Adesivo de vitrine	R\$ 1.885,00	R\$ 1.458,00	R\$ 1.173,00	R\$ 4.516,00
99	Adesivo lateral escada rolante	R\$ 1.885,00	R\$ 1.020,00	R\$ 903,00	R\$ 3.808,00
100	Adesivo para vidro de carro até formato A4	R\$ 970,00	R\$ 590,00	R\$ 357,00	R\$ 1.917,00
101	Blimp	R\$ 979,00	R\$ 399,00	R\$ 344,00	R\$ 1.722,00
102	Busdoor – Taxidoor - Paine lateral de ônibus	R\$ 1.885,00	R\$ 1.020,00	R\$ 903,00	R\$ 3.808,00
103	Cancela	R\$ 770,00	R\$ 399,00	R\$ 343,00	R\$ 1.512,00
104	Carrinho de bagagem ou supermercado	R\$ 1.707,00	R\$ 728,00	R\$ 906,00	R\$ 3.341,00
105	Colunas de garagem	R\$ 1.707,00	R\$ 728,00	R\$ 906,00	R\$ 3.341,00
106	Display clássico, take one, especial	R\$ 1.707,00	R\$ 728,00	R\$ 906,00	R\$ 3.341,00
107	Empena	R\$ 3.420,00	R\$ 2.926,00	R\$ 3.275,00	R\$ 9.621,00
108	Encosto de cabeça	R\$ 625,00	R\$ 399,00	R\$ 344,00	R\$ 1.368,00
109	Esteira de bagagem	R\$ 4.448,00	R\$ 1.901,00	R\$ 1.173,00	R\$ 7.522,00
110	Faixa - Faixeta (avião, rua, supermercado)	R\$ 625,00	R\$ 399,00	R\$ 344,00	R\$ 1.368,00
111	Frontlight – Backlight - Triado (por face)	R\$ 3.422,00	R\$ 1.458,00	R\$ 903,00	R\$ 5.783,00
112	Jangadas	R\$ 770,00	R\$ 399,00	R\$ 344,00	R\$ 1.513,00
113	Jogo americano de bares e restaurantes	R\$ 1.707,00	R\$ 728,00	R\$ 906,00	R\$ 3.341,00
114	Lixeiras (mobiliário já existente)	R\$ 849,00	R\$ 399,00	R\$ 452,00	R\$ 1.700,00
115	Lixeiras (criação do mobiliário)	R\$ 1.696,00	R\$ 399,00	R\$ 452,00	R\$ 2.547,00
116	Luminoso teto de taxi	R\$ 1.885,00	R\$ 1.020,00	R\$ 903,00	R\$ 3.808,00
117	Motion Design Mídias 15"	R\$ 1.746,00	R\$ 284,00	R\$ 2.030,00	R\$ 4.060,00
118	Motion Design Mídias 30"	R\$ 2.095,00	R\$ 414,00	R\$ 2.508,00	R\$ 5.017,00
119	Motion Design Mídias 45"	R\$ 2.268,00	R\$ 856,00	R\$ 3.125,00	R\$ 6.249,00
120	Outdoor simples	R\$ 3.422,00	R\$ 1.458,00	R\$ 452,00	R\$ 5.332,00

121	Outdoor duplo	R\$ 4.450,00	R\$ 1.901,00	R\$ 903,00	R\$ 7.254,00
122	Outdoor envelopado acima de 104 m²	R\$ 7.514,00	R\$ 3.209,00	R\$ 6,00	R\$ 10.729,00
123	Outdoor envelopado duplo	R\$ 4.448,00	R\$ 1.901,00	R\$ 1.173,00	R\$ 7.522,00
124	Outdoor envelopado simples	R\$ 3.422,00	R\$ 1.458,00	R\$ 903,00	R\$ 5.783,00
125	Outdoor envelopado triplo	R\$ 5.782,00	R\$ 2.468,00	R\$ 1.173,00	R\$ 9.423,00
126	Outdoor triplo	R\$ 5.781,00	R\$ 2.468,00	R\$ 1.173,00	R\$ 9.422,00
127	Painel frontal do ponto de ônibus	R\$ 3.422,00	R\$ 1.458,00	R\$ 903,00	R\$ 5.783,00
128	Painel lateral do ponto de ônibus	R\$ 2.213,00	R\$ 949,00	R\$ 1.174,00	R\$ 4.336,00
129	Painel/Adesivo até 1 m²	R\$ 2.217,00	R\$ 949,00	R\$ 1.140,00	R\$ 4.306,00
130	Painel/Adesivo até formato 2 m²	R\$ 2.794,00	R\$ 1.194,00	R\$ 1.486,00	R\$ 5.474,00
131	Painel/Adesivo até formato 3 m²	R\$ 3.631,00	R\$ 1.551,00	R\$ 1.931,00	R\$ 7.113,00
132	Painel/Adesivo até formato 4 m²	R\$ 4.719,00	R\$ 2.015,00	R\$ 2.510,00	R\$ 9.244,00
133	Painel/Adesivo acima de 4 m²	R\$ 4.719,00	R\$ 2.226,00	R\$ 398,00 m²	
134	Painel/Adesivo até formato A4	R\$ 970,00	R\$ 590,00	R\$ 452,00	R\$ 2.012,00
135	Painel/Adesivo até formato A3	R\$ 1.707,00	R\$ 728,00	R\$ 904,00	R\$ 3.339,00
136	Placa comemorativa/Homenagem	R\$ 655,00	R\$ 399,00	R\$ 357,00	R\$ 1.411,00
137	Placa de esquina de rua	R\$ 770,00	R\$ 399,00	R\$ 344,00	R\$ 1.513,00
138	Placa de estrada	R\$ 770,00	R\$ 399,00	R\$ 344,00	R\$ 1.513,00
139	Placa obra	R\$ 770,00	R\$ 399,00		
140	Porta de elevador	R\$ 1.885,00	R\$ 1.458,00	R\$ 1.173,00	R\$ 4.516,00
141	Relógio digital	R\$ 1.020,00	R\$ 691,00	R\$ 344,00	R\$ 2.055,00
142	Roleta de metrô	R\$ 770,00	R\$ 399,00	R\$ 344,00	R\$ 1.513,00
143	Windbanner	R\$ 2.217,00	R\$ 949,00	R\$ 1.142,00	R\$ 4.308,00
144	Backdrop	R\$ 770,00	R\$ 399,00	R\$ 344,00	R\$ 1.513,00
145	Fundo de palco m²	R\$ 2.217,00	R\$ 949,00	R\$ 330,00 m²	
146	Pórtico m²	R\$ 1.773,00	R\$ 759,00	R\$ 265,00 m²	
147	Testeira de banca de jornal	R\$ 3.427,00	R\$ 1.458,00	R\$ 452,00	R\$ 5.337,00
148	Tintura de muro - tapume por m²	R\$ 275,00	R\$ 143,00		
149	Traseirão de ônibus	R\$ 3.420,00	R\$ 1.458,00	R\$ 1.173,00	R\$ 6.051,00

Adesivagem Veículos					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
150	Carro passeio	R\$ 2.715,00	R\$ 2.300,00	R\$ 2.342,00	R\$ 7.357,00
151	Caminhão	R\$ 4.122,00	R\$ 2.300,00	R\$ 2.768,00	R\$ 9.190,00
152	Motocicleta	R\$ 1.639,00	R\$ 399,00	R\$ 452,00	R\$ 2.490,00
153	Veículo utilitário	R\$ 2.592,00	R\$ 2.300,00	R\$ 2.342,00	R\$ 7.234,00
154	Ônibus	R\$ 5.779,00	R\$ 2.468,00	R\$ 3.275,00	R\$ 11.522,00

Mídia Eletrônica - criação, texto e roteiro					
					Total
155	Áudio/Spot até 30"				R\$ 2.468,00
156	Áudio/Spot até 60"				R\$ 3.057,00
157	Insert em spot				R\$ 420,00
158	Jingle/Trilha até 30"				R\$ 4.516,00
159	Jingle/Trilha de 31 a 60"				R\$ 5.566,00
160	Insert em jingle				R\$ 1.505,00
161	VT/Filme até 15"				R\$ 4.367,00
162	VT/Filme até 30"				R\$ 7.424,00
163	VT/Filme até 60"				R\$ 10.392,00
164	Insert em VTs				R\$ 1.938,00
165	Audiovisual/Documentário até 5'				R\$ 20.096,00
166	Audiovisual/Documentário - por minuto excedente				R\$ 2.402,00

167	Assinatura	R\$ 2.095,00
168	Vinheta eletrônica até 10 seg	R\$ 2.622,00
169	Filtro de Instagram (Valor/Por página)	R\$ 2.276,00
170	VT/Filme até 90"	R\$ 10.047,00
171	VT/Filme até 120"	R\$ 11.563,00
172	Video Case (até 3 min)	R\$ 13.478,00

Mídia Eletrônica - gravação e transmissão via rede
--

	Total
173 Spot até 60"	R\$ 331,00
174 Jingle/Trilha até 60"	R\$ 331,00
175 Letreiros/Assinaturas para TV	R\$ 384,00

Textos/Roteiros

	Total
176 Nome Fantasia	R\$ 5.351,00
177 Nome Produto	R\$ 5.644,00
178 Slogan empresa	R\$ 4.206,00
179 Slogan imobiliário	R\$ 2.106,00
180 Slogan para produto	R\$ 4.094,00
181 Texto de carro de som	R\$ 2.468,00
182 Texto-foguete	R\$ 1.035,00
183 Texto para testemunhal	R\$ 2.468,00
184 Roteiro vídeo treinamento ou institucional	R\$ 10.050,00
185 Espera telefônica até 3"	R\$ 1.063,00
186 Espera telefônica mais de 3"	R\$ 1.594,00
187 Painel eletrônico até 10"	R\$ 1.063,00
188 Script telemarketing	R\$ 1.035,00
189 Press Release (por lauda)	R\$ 1.035,00
190 Texto de apresentação em Power Point ou Flash (por tela)	R\$ 265,00

Impressos

	Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
191 Anexo conta/contracheque (lâmina A4)	R\$ 539,00	R\$ 399,00	R\$ 218,00	R\$ 1.156,00
192 Broadside, Folder e Mala direta (lâmina A4)	R\$ 4.039,00	R\$ 1.562,00	R\$ 906,00	R\$ 6.507,00
193 Folder (lamina A3)	R\$ 4.384,00	R\$ 1.694,00	R\$ 982,00	R\$ 7.060,00
194 Bloco de anotações; Cartão de visita; Envelope; Papel carta (por peça)	R\$ 520,00	R\$ 399,00	R\$ 357,00	R\$ 1.276,00
195 Cartaz/Pôster (até tamanho A1)	R\$ 2.217,00	R\$ 949,00	R\$ 1.762,00	R\$ 4.928,00
196 Cartaz/Pôster (até tamanho A2)	R\$ 2.213,00	R\$ 949,00	R\$ 1.174,00	R\$ 4.336,00
197 Cartaz/Pôster (até tamanho A3)	R\$ 1.707,00	R\$ 728,00	R\$ 906,00	R\$ 3.341,00
198 Cartaz/Pôster até formato A4; Cartazete	R\$ 691,00	R\$ 603,00	R\$ 357,00	R\$ 1.651,00
199 Carta Circular (lâmina A4)	R\$ 840,00	R\$ 399,00	R\$ 108,00	R\$ 1.347,00
200 Convite para eventos (elaborado)	R\$ 2.548,00	R\$ 763,00	R\$ 463,00	R\$ 3.774,00
201 Convite para eventos (simples)	R\$ 1.961,00	R\$ 588,00	R\$ 357,00	R\$ 2.906,00
202 Encarte CD (lâmina A4)	R\$ 1.393,00	R\$ 961,00	R\$ 357,00	R\$ 2.711,00
203 Encarte em jornal/revista (lâmina A4)	R\$ 2.405,00	R\$ 1.260,00	R\$ 1.192,00	R\$ 4.857,00
204 Envelope especial (para convite, folder etc.)	R\$ 1.445,00	R\$ 1.192,00	R\$ 757,00	R\$ 3.394,00
205 Folheto (lâmina A4)	R\$ 2.715,00	R\$ 1.336,00	R\$ 906,00	R\$ 4.957,00
206 Folheto técnico (lâmina A4)	R\$ 1.085,00	R\$ 979,00	R\$ 549,00	R\$ 2.613,00
207 Formulários	R\$ 774,00	R\$ 603,00	R\$ 53,00	R\$ 1.430,00
208 Panfleto, Volante (lâmina A4)	R\$ 849,00	R\$ 399,00	R\$ 549,00	R\$ 1.797,00

209	Pasta especial	R\$ 1.485,00	R\$ 727,00	R\$ 903,00	R\$ 3.115,00
210	Pasta sem faca especial	R\$ 1.045,00	R\$ 439,00	R\$ 357,00	R\$ 1.841,00
211	Portfólio (lâmina A4)	R\$ 4.039,00	R\$ 1.562,00	R\$ 906,00	R\$ 6.507,00
212	Santinho	R\$ 611,00	R\$ 399,00	R\$ 357,00	R\$ 1.367,00
213	Selo	R\$ 982,00	R\$ 584,00	R\$ 53,00	R\$ 1.619,00

Brindes					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
214	Agenda (por folha)	R\$ 351,00	R\$ 148,00	R\$ 53,00	R\$ 552,00
215	Aplicação de marca em brindes ou uniformes existentes	R\$ 399,00	R\$ 192,00	R\$ 53,00	R\$ 644,00
216	Avental	R\$ 912,00	R\$ 774,00	R\$ 53,00	R\$ 1.739,00
217	Baralho	R\$ 2.775,00	R\$ 1.260,00	R\$ 1.174,00	R\$ 5.209,00
218	Bandana	R\$ 776,00	R\$ 543,00	R\$ 53,00	R\$ 1.372,00
219	Imã de geladeira	R\$ 504,00	R\$ 399,00	R\$ 53,00	R\$ 956,00
220	Leque	R\$ 504,00	R\$ 399,00	R\$ 56,00	R\$ 959,00
221	Bolsa; Sacola	R\$ 912,00	R\$ 774,00	R\$ 53,00	R\$ 1.739,00
222	Bonê; Viseira	R\$ 504,00	R\$ 399,00	R\$ 53,00	R\$ 956,00
223	Calendário (bolso/mesa)	R\$ 1.026,00	R\$ 956,00	R\$ 357,00	R\$ 2.339,00
224	Calendário (custo por lâmina)	R\$ 1.478,00	R\$ 1.192,00	R\$ 357,00	R\$ 3.027,00
225	Camiseta	R\$ 912,00	R\$ 774,00	R\$ 53,00	R\$ 1.739,00
226	Caneta, Lápis	R\$ 603,00	R\$ 399,00	R\$ 53,00	R\$ 1.055,00
227	Car fresh	R\$ 1.058,00	R\$ 876,00	R\$ 218,00	R\$ 2.152,00
228	Chaveiro, Copo, Caixa de fósforo, Guardanapo	R\$ 536,00	R\$ 399,00	R\$ 53,00	R\$ 988,00
229	Guarda-Sol	R\$ 908,00	R\$ 399,00	R\$ 53,00	R\$ 1.360,00
230	Marcador de página	R\$ 908,00	R\$ 399,00	R\$ 53,00	R\$ 1.360,00
231	Mouse pad	R\$ 930,00	R\$ 590,00	R\$ 452,00	R\$ 1.972,00
232	Risque rabisque	R\$ 935,00	R\$ 590,00	R\$ 357,00	R\$ 1.882,00
233	Toalha	R\$ 1.058,00	R\$ 811,00	R\$ 218,00	R\$ 2.087,00

Material Promocional/Ponto de Venda					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
234	Balcão para degustação c/ criação do mobiliário	R\$ 6.841,00	R\$ 1.458,00	R\$ 452,00	R\$ 8.751,00
235	Balcão para degustação s/ criação do mobiliário	R\$ 3.422,00	R\$ 1.458,00	R\$ 452,00	R\$ 5.332,00
236	Bandeira	R\$ 770,00	R\$ 590,00	R\$ 53,00	R\$ 1.413,00
237	Bandeirola (por lâmina)	R\$ 1.485,00	R\$ 987,00	R\$ 452,00	R\$ 2.924,00
238	Banner acima de 3 m²	R\$ 2.217,00	R\$ 1.943,00	R\$ 330,00 m²	
239	Banner até 1 m²	R\$ 2.217,00	R\$ 949,00	R\$ 1.142,00	R\$ 4.308,00
240	Banner até 2 m²	R\$ 2.217,00	R\$ 1.231,00	R\$ 1.490,00	R\$ 4.938,00
241	Banner até 3 m²	R\$ 2.217,00	R\$ 1.490,00	R\$ 1.932,00	R\$ 5.639,00
242	Bola/Balão de festa	R\$ 592,00	R\$ 399,00	R\$ 53,00	R\$ 1.044,00
243	Bolacha de chopp	R\$ 603,00	R\$ 399,00	R\$ 53,00	R\$ 1.055,00
244	Botton	R\$ 536,00	R\$ 399,00	R\$ 53,00	R\$ 988,00
245	Canopla	R\$ 399,00	R\$ 192,00	R\$ 53,00	R\$ 644,00
246	Cartão de crédito, cartão fidelização etc	R\$ 3.008,00	R\$ 691,00	R\$ 357,00	R\$ 4.056,00
247	Cartão: Aniversário, Natal, Ano Novo, Postal	R\$ 3.008,00	R\$ 753,00	R\$ 357,00	R\$ 4.118,00
248	Cartaz de preço	R\$ 1.056,00	R\$ 657,00	R\$ 218,00	R\$ 1.931,00
249	Certificado	R\$ 982,00	R\$ 584,00	R\$ 53,00	R\$ 1.619,00
250	Cooler	R\$ 399,00	R\$ 192,00	R\$ 53,00	R\$ 644,00
251	Coroa de pilha	R\$ 1.885,00	R\$ 1.020,00	R\$ 903,00	R\$ 3.808,00
252	Crachá	R\$ 536,00	R\$ 399,00	R\$ 53,00	R\$ 988,00
253	Diploma	R\$ 982,00	R\$ 584,00	R\$ 53,00	R\$ 1.619,00

254	Display de balcão e parede	R\$ 1.485,00	R\$ 987,00	R\$ 452,00	R\$ 2.924,00
255	Display de vitrine	R\$ 1.885,00	R\$ 1.020,00	R\$ 903,00	R\$ 3.808,00
256	Display para exposição	R\$ 5.549,00	R\$ 949,00	R\$ 1.486,00	R\$ 7.984,00
257	Display preço	R\$ 1.194,00	R\$ 791,00	R\$ 452,00	R\$ 2.437,00
258	Display de ponta de gôndola	R\$ 1.885,00	R\$ 1.020,00	R\$ 903,00	R\$ 3.808,00
259	Fardas promocionais/esportivas/uniforme (linha)	R\$ 2.715,00		R\$ 53,00	
260	Ficha de inscrição/Cupom	R\$ 609,00	R\$ 399,00		
261	Flâmula	R\$ 889,00	R\$ 590,00		
262	Gargalheira	R\$ 1.058,00	R\$ 657,00	R\$ 357,00	R\$ 2.072,00
263	Inflável	R\$ 2.213,00	R\$ 949,00	R\$ 1.142,00	R\$ 4.304,00
264	Móbile (por peça)	R\$ 1.058,00	R\$ 657,00	R\$ 357,00	R\$ 2.072,00
265	Raspadinha	R\$ 1.356,00	R\$ 691,00	R\$ 218,00	R\$ 2.265,00
266	Separador de Gôndola	R\$ 1.485,00	R\$ 987,00	R\$ 452,00	R\$ 2.924,00
267	Saia de gôndola	R\$ 1.594,00	R\$ 603,00	R\$ 452,00	R\$ 2.649,00
268	Testeira de Gôndola	R\$ 1.485,00	R\$ 987,00	R\$ 452,00	R\$ 2.924,00
269	Pulseira de identificação	R\$ 399,00	R\$ 192,00	R\$ 53,00	R\$ 644,00
270	Tabela de jogos	R\$ 2.715,00	R\$ 1.562,00	R\$ 906,00	R\$ 5.183,00
271	Cardápio (por página)	R\$ 1.105,00	R\$ 1.111,00	R\$ 549,00	R\$ 2.765,00
272	Totem	R\$ 1.707,00	R\$ 728,00	R\$ 906,00	R\$ 3.341,00
273	Uniforme promocional (por peça)	R\$ 912,00	R\$ 774,00	R\$ 53,00	R\$ 1.739,00
274	Wobbler, Danger, Stopper	R\$ 1.485,00	R\$ 987,00	R\$ 452,00	R\$ 2.924,00

Feiras, Eventos e Shows					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
275	Stand de feira s/ criação arquitetônica	R\$ 5.781,00	R\$ 2.468,00	R\$ 1.173,00	R\$ 9.422,00
276	Stand de feira c/ criação arquitetônica até 50 m²	R\$ 11.561,00	R\$ 2.468,00	R\$ 1.173,00	R\$ 15.202,00
277	Stand de feira acima de 50 m² (por m²)	R\$ 301,00	R\$ 85,00	R\$ 37,00	R\$ 423,00
278	Saia de palco	R\$ 672,00	R\$ 399,00	R\$ 344,00	R\$ 1.415,00

Editorial					
		Criação de Conteúdo	Finalização	Computação Gráfica	Total
279	Boletim; House Organ; Newsletter, Jornal (lâmina A4)	R\$ 1.419,00	R\$ 536,00	R\$ 357,00	R\$ 2.312,00
280	Cartilha (lâmina A4)	R\$ 883,00	R\$ 399,00	R\$ 108,00	R\$ 1.390,00
281	Catálogo de moda (lâmina A4)	R\$ 4.039,00	R\$ 1.562,00	R\$ 906,00	R\$ 6.507,00
282	Catálogo produto (lâmina A4)	R\$ 1.105,00	R\$ 1.111,00	R\$ 549,00	R\$ 2.765,00
283	Catálogo serviço (lâmina A4)	R\$ 743,00	R\$ 660,00	R\$ 357,00	R\$ 1.760,00
284	Livreto técnico (lâmina A4)	R\$ 1.523,00	R\$ 691,00	R\$ 218,00	R\$ 2.432,00
285	Livro (texto) (lâmina A4)	R\$ 351,00	R\$ 149,00	R\$ 53,00	R\$ 553,00
286	Livro com ilustrações (lâmina A4)	R\$ 525,00	R\$ 222,00	R\$ 108,00	R\$ 855,00
287	Livro de arte (lâmina A4)	R\$ 1.189,00	R\$ 509,00	R\$ 357,00	R\$ 2.055,00
288	Livro institucional (lâmina A4)	R\$ 1.189,00	R\$ 509,00	R\$ 357,00	R\$ 2.055,00
289	Manual de produtos ou serviços (lâmina A4)	R\$ 1.122,00	R\$ 330,00	R\$ 180,00	R\$ 1.632,00
290	Manual de uso de marca (lâmina A4)	R\$ 988,00	R\$ 762,00	R\$ 327,00	R\$ 2.077,00
291	Mostruários (lâmina A4)	R\$ 1.105,00	R\$ 1.111,00	R\$ 549,00	R\$ 2.765,00
292	Relatório anual/diretoria	R\$ 1.189,00	R\$ 509,00	R\$ 357,00	R\$ 2.055,00
293	Revista (lâmina A4)	R\$ 1.419,00	R\$ 536,00	R\$ 357,00	R\$ 2.312,00

Capas					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
294	Caderno	R\$ 977,00	R\$ 1.192,00	R\$ 218,00	R\$ 2.387,00
295	Carnê	R\$ 1.209,00	R\$ 791,00	R\$ 114,00	R\$ 2.114,00
296	CD/DVD	R\$ 1.035,00	R\$ 594,00	R\$ 218,00	R\$ 1.847,00
297	Cordel	R\$ 691,00	R\$ 271,00	R\$ 114,00	R\$ 1.076,00
298	Jornal de empresa	R\$ 1.730,00	R\$ 1.239,00	R\$ 218,00	R\$ 3.187,00
299	Livro	R\$ 979,00	R\$ 1.192,00	R\$ 218,00	R\$ 2.389,00
300	Relatório diretoria	R\$ 1.730,00	R\$ 1.239,00	R\$ 357,00	R\$ 3.326,00

Embalagens/Rótulos/Etiqueta					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
301	Caixas	R\$ 1.961,00	R\$ 1.571,00	R\$ 1.621,00	R\$ 5.153,00
302	Cartela	R\$ 818,00	R\$ 566,00	R\$ 218,00	R\$ 1.602,00
303	Cartela com saco	R\$ 2.302,00	R\$ 1.549,00	R\$ 668,00	R\$ 4.519,00
304	Desenvolvimento de faca especial		R\$ 979,00	R\$ 218,00	R\$ 1.197,00
305	Embalagem	R\$ 10.736,00	R\$ 3.594,00	R\$ 3.275,00	R\$ 17.605,00
306	Embalagem (reformulação ou melhora)	R\$ 5.288,00	R\$ 2.742,00	R\$ 3.275,00	R\$ 11.305,00
307	Embalagem para presente	R\$ 1.604,00	R\$ 979,00	R\$ 903,00	R\$ 3.486,00
308	Embalagem para linha de produtos	R\$ 34.050,00	R\$ 4.020,00	R\$ 1.621,00	R\$ 39.691,00
309	Etiqueta	R\$ 603,00	R\$ 399,00	R\$ 53,00	R\$ 1.055,00
310	Papel de presente ou embrulho	R\$ 1.607,00	R\$ 979,00	R\$ 218,00	R\$ 2.804,00
311	Rótulo	R\$ 9.068,00	R\$ 2.927,00	R\$ 1.325,00	R\$ 13.320,00
312	Rótulo (reformulação ou melhora)	R\$ 4.854,00	R\$ 2.357,00	R\$ 1.173,00	R\$ 8.384,00
313	Rótulo de CD	R\$ 1.035,00	R\$ 592,00	R\$ 218,00	R\$ 1.845,00
314	Sacola	R\$ 1.485,00	R\$ 985,00	R\$ 452,00	R\$ 2.922,00
315	Sacos	R\$ 3.396,00	R\$ 2.357,00	R\$ 1.325,00	R\$ 7.078,00
316	Saquinho de pipoca	R\$ 657,00	R\$ 399,00	R\$ 53,00	R\$ 1.109,00
317	Tag	R\$ 979,00	R\$ 584,00	R\$ 56,00	R\$ 1.619,00

Logotipos/Identidade Visual					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
318	Aplicação de marca já existente (por peça)		R\$ 399,00		
319	Criação de marca com aplicação na papelaria básica	R\$ 14.016,00	R\$ 4.206,00	R\$ 53,00	R\$ 18.275,00
320	Fachada empresa/loja	R\$ 5.224,00		R\$ 53,00	
321	Layout para tintura de carro (por modelo)	R\$ 2.715,00		R\$ 53,00	
322	Logotipo produto, imobiliário, evento	R\$ 5.568,00	R\$ 2.174,00	R\$ 53,00	R\$ 7.795,00
323	Marca para grande empresa	R\$ 15.943,00	R\$ 2.174,00	R\$ 53,00	R\$ 18.170,00
324	Marca para microempresa	R\$ 6.131,00	R\$ 2.174,00	R\$ 53,00	R\$ 8.358,00
325	Marca para média empresa	R\$ 12.264,00	R\$ 2.174,00	R\$ 53,00	R\$ 14.491,00
326	Marca para pequena empresa	R\$ 8.585,00	R\$ 2.174,00	R\$ 53,00	R\$ 10.812,00
327	Readaptação de marca e reestudo de aplicação em papelaria	R\$ 6.230,00	R\$ 4.991,00	R\$ 53,00	R\$ 11.274,00
328	Selo comemorativo/promocional	R\$ 4.808,00	R\$ 2.371,00	R\$ 53,00	R\$ 7.232,00

Ilustrações					
		Layout	Finalização	Computação Gráfica	Total
329	Charge	R\$ 977,00			
330	Gráfico	R\$ 912,00	R\$ 876,00		
331	Ilustração simples	R\$ 1.161,00			
332	Ilustração elaborada	R\$ 1.509,00			
333	Mapa de localização (ilustração)	R\$ 1.502,00	R\$ 1.428,00		
334	Mascote/personagem	R\$ 13.174,00		R\$ 53,00	
335	Story board (por quadro)	R\$ 179,00			
336	Tabela	R\$ 658,00	R\$ 784,00		

Projetos Especiais*				
				Total
337	Troféu			R\$ 4.553,00
338	Medalha			R\$ 3.253,00
339	Inflável			R\$ 3.253,00
340	Totem			R\$ 3.513,00
* Só layout.				

Hora/Profissional				
				Total
341	Presidente			R\$ 895,00
342	Vice-Presidente			R\$ 599,00
343	Diretor de contas			R\$ 375,00
344	Diretor de Atendimento			R\$ 298,00
345	Pesquisa			R\$ 149,00
346	Atendimento			R\$ 149,00
347	Diretor de arte			R\$ 298,00
348	Redator			R\$ 298,00
349	Planejamento			R\$ 449,00
350	Produtor gráfico			R\$ 225,00
351	Mídia			R\$ 225,00
352	Arte-Finalista			R\$ 149,00
353	Computação gráfica			R\$ 149,00
354	Produtor eletrônico			R\$ 225,00
355	Produtor de eventos			R\$ 225,00
356	Revisor			R\$ 149,00
357	Promotor de ação promocional			R\$ 149,00
358	Tecnólogo em			R\$ 155,00
359	Trainee			R\$ 236,00
360	Designer Junior			R\$ 285,00
361	Designer Pleno			R\$ 412,00
362	Designer Senior			R\$ 579,00
363	Designer Coordenador			R\$ 735,00

Custos Internos de Computação Gráfica		
Os valores abaixo serão acrescidos aos custos das peças criadas e finalizadas.		
		Total
364	Conversão de Programa de Apresentação (por página)	R\$ 895,00
365	Envio ou recebimento de e-mail (por cm²)	R\$ 0,07
366	Backup de arquivos (por CD 700 Mb)	R\$ 180,00
367	Backup de arquivos (por DVD 4.7 GB)	R\$ 715,00
368	Retoque de imagem (por imagem)	R\$ 211,00
369	Recorte de imagem	R\$ 142,00
370	Fusão de imagens	R\$ 404,00
371	Correção ou alteração de cores	R\$ 209,00
372	Conversões de imagens para internet, jpg, tga, doc etc. (por conversão até tamanho A4)	R\$ 37,00
373	Criação digital de textura	R\$ 142,00
374	Fechamento de arquivo (por cm²)	R\$ 0,18
375	Fotografia digital simples de produto (sem produção e/ou modelo)	R\$ 350,00
376	Gravação de CD/DVD até 2.3 GB	R\$ 53,00
377	Gravação de CD/DVD acima de 2.4 GB até 4.7 GB	R\$ 103,00
378	Print papel A4	R\$ 27,00
379	Print papel A3	R\$ 37,00
380	Scanner de imagem (por tamanho A4)	R\$ 87,00
381	Tratamento de imagem (por hora/homem)	R\$ 404,00
382	Vetorização de logotipos	R\$ 404,00

Fechamento de Arquivo, Gravação de DVD ou CD e/ou Transmissão Via Rede		
		Total
383	Anúncio de revista até 1/2 página	R\$ 276,00
384	Anúncio de revista até 1 página	R\$ 360,00
385	Anúncio de revista até página dupla	R\$ 715,00
386	Anúncio de jornal até 1/4 página (80 cm/col)	R\$ 195,00
387	Anúncio de jornal até 1/2 página (160 cm/col)	R\$ 275,00
388	Anúncio de jornal até 1 página	R\$ 381,00
389	Anúncio de jornal até página dupla	R\$ 536,00
390	Peças gráficas até 01 GB	R\$ 360,00
391	Peças gráficas acima de 01 GB (por GB excedente)	R\$ 275,00

Despesas de Tele-entrega		
		Total
392	Entrega sem retorno	R\$ 27,00

ACEITAÇÃO DA CARTA - COMPROMISSO

Para que a agência, sindicalizada ou não, possa fazer uso desta tabela, deverá assinar a carta-compromisso do SINAPRO e ABAP/CE, que normatiza o comportamento ético das agências do Ceará.

PARA OS ITENS NÃO CONSTANTES NA NOSSA TABELA DE CUSTOS

Para estes casos, deverão ser utilizados os preços constantes nas tabelas de custos das entidades que compõem o mix de empresas ligadas à nossa área de comunicação. Por exemplo, quando se tratar de Marketing Promocional, seguiremos preços sugeridos pela tabela da AMPRO, capítulo Nordeste: www.ampro.com.br

ADAPTAÇÃO DE PEÇAS

Adaptação ou derivações de uma peça já criada, sem alteração dos elementos gráficos e/ou de textos para outros formatos de peças que não tenham proporcionalidade com a já criada, será cobrado o seu valor de tabela referente à criação, com um desconto de 30% mais os custos decorrentes de finalização e computação gráfica, que serão cobrados pelo valor integral por peça.

ACRÉSCIMO DE 100% SOBRE OS CUSTOS DA TABELA

Quando as peças publicitárias criadas e/ou finalizadas e/ou editorada eletronicamente não gerarem outras remunerações para agência, seja do "desconto agência" e/ou honorários sobre serviço de terceiros. Inclusas, nesse caso, as peças solicitadas pelo cliente, executadas pela agência e posteriormente canceladas pelo cliente. Como taxa de urgência para todos os trabalhos executados pela agência que exigirem um atendimento imediato e/ou execução imediata, trabalhos noturnos, horas extras e em feriados.

REEMBOLSO DE DESPESA

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente, como viagens, diárias, transportes, alimentação, comunicação em geral, fotocópias, serviços de correios, entregas etc., serão cobrados do cliente.

TABELA VALIDA ATÉ JANEIRO DE 2026