

EDITAL DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 002/2025
(Processo Administrativo nº 4600.083884/2025)

PREÂMBULO

O MUNICÍPIO DE MACEIÓ, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, designada pela **Portaria nº 022/2025**, publicada no Diário Oficial do Município de Maceió de 17/09/2025 torna público aos interessados que realizará licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA** do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, para prestação de **SERVIÇOS DE PUBLICIDADE** a serem prestados por até 02 (duas) agências de publicidade para atender as necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação do Município de Maceió, na forma de **EXECUÇÃO INDIRETA**, regime de execução **EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO**, sob o regime da Lei nº 12.232/10 mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Federais nºs. 4.680/65 e 14.133/2021, Lei Complementar nº 123/2006, pelas demais normas e legislações atinentes ao objeto a ser contratado e pelo disposto no presente Edital e seus Anexos.

Informações sobre o edital estão disponíveis no site: www.maceio.al.gov.br. No link “Editais e Licitações”

A sessão pública de abertura ocorrerá às 09h, do dia 10 de novembro de 2025, ou no primeiro dia útil seguinte, na hipótese de não haver expediente nesta data, na sede da **AGÊNCIA DE LICITAÇÕES, CONTRATOS E CONVÊNIOS DE MACEIÓ – ALICC**, localizada à Avenida da Paz, 900, Jaraguá, Maceió – AL – CEP: 57.022-050, onde serão recebidos os envelopes referentes à documentação e respectivas propostas técnicas e de preços.

1. DO OBJETO

1.1. O objeto da presente Concorrência, é a **prestação de serviços de publicidade a serem prestados por até 02 (duas) agências**, compreendendo 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 de caráter institucional de competência da SECOM da Prefeitura Municipal de Maceió.

Constituem serviços publicitários as atividades integradas que tenham como finalidade 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, conforme estabelece a Lei 12.232/2010.

1.2. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) À produção e à execução técnica das peças e projetos criados;

- b) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada campanha publicitária;
- c) À criação, desenvolvimento e implementação de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, linguagens e plataformas de comunicação, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no **subitem 1.2, “b”** terão a finalidade de:

- a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do MUNICÍPIO, o público-alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- c) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária;

1.3. Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos, resguardados por legislação própria e processos licitatórios específicos.

1.4. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no **subitem 1.3** o patrocínio de mídia – assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

1.5. Para a prestação de serviços serão contratadas até 2 (duas) agências de propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº. 12.232/2010.

1.5.1. As agências atuarão por conta e ordem do MUNICÍPIO na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se referem o subitem 1.1. e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias (Art. 3º da Lei nº 4.680/65 c/c ao Art. 2º da Lei nº 12.232/10).

1.5.2. Para a execução dos serviços, o MUNICÍPIO promoverá seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia **consta no Anexo I deste edital**.

1.5.3. As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

2. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderão participar da presente licitação as pessoas jurídicas que satisfaçam o conceito de Agência de Propaganda, conforme dispõe o artigo 3º da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, sendo:

- a) Estabelecidas no País, que atendam às condições deste Edital e seus anexos;

- b) Possuir matriz, filial ou escritório em Maceió (AL), o que deverá ser comprovado quando da contratação;
- c) Cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 que tenham obtido certificação perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP.

2.2. A participação nesta Concorrência implica para a licitante:

- a) A aceitação plena e irrevogável das normas constantes do presente Edital e dos seus Anexos;
- b) A confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o envelope nº. 1 padronizado previsto no Edital, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação nesta licitação;
- c) A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;
- d) A responsabilidade pela veracidade das informações e dos documentos que apresentar em qualquer fase do processo.
- e) Assumir todos os custos de elaboração e apresentação dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnica e de Preços exigidos nesta concorrência, não sendo a CONTRATANTE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

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

2.4. Não poderá participar desta Concorrência as empresas:

- a) Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o MUNICÍPIO.
- b) Suspensas de licitar ou impedidas de contratação com o MUNICÍPIO, enquanto durar a suspensão ou o impedimento.
- c) Declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurar o motivo determinante da punição ou até que seja promovida a reabilitação;
- d) Que se encontrem sob falência decretada, concordata/recuperação judicial ou extrajudicial ressalvado se houver a apresentação de certidão de recuperação judicial ou extrajudicial e comprovação de que o respectivo plano de recuperação foi acolhido judicialmente, na forma do art. 58 da Lei nº. 11.101, de 09 de fevereiro de 2005, sob pena de inabilitação, ou em processo de concurso de credores, dissolução ou liquidação dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- e) Agências integrantes de um mesmo grupo – assim entendidas, para efeito deste edital, aquelas que tenham diretores ou sócios em comum;
- f) Estrangeira que não funcione no País;
- g) Que estejam reunidas em consórcio; e
- h) Que atuem sem fins lucrativos.
- i) Sejam autores do anteprojeto, do termo de referência ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica;

- j) Sejam empresas, isoladamente ou em consórcio, responsáveis pela elaboração do termo de referência 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;
- k) Sejam pessoas físicas ou jurídicas que se encontrem, ao tempo da licitação, impossibilitadas de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;
- l) Que mantenham vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente da 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;
- m) Sejam empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;
- n) Sejam pessoas físicas ou jurídicas que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenham sido condenadas 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.
- o) Cuja falência tenha sido decretada;
- p) Que estejam reunidas em consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição;

2.5. Não é permitida a participação de licitante com mais de uma proposta.

2.6. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnica e de Preços exigidos nesta concorrência, não sendo a CONTRATANTE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

3. RETIRADA DO EDITAL

3.1. A retirada deste Edital deverá ser realizada no endereço eletrônico <http://www.licitacao.maceio.al.gov.br> no link “Editais e Licitações” ou fisicamente de segunda a sexta-feira, das 08h às 14h, na **AGÊNCIA DE LICITAÇÕES, CONTRATOS E CONVÊNIOS DE MACEIÓ ALICC**, situada Avenida da Paz, nº 900, Jaraguá, nesta cidade.

3.2. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial do Município e no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, as eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

4. IMPUGNAÇÃO E PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

4.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar o edital de licitação por irregularidade na aplicação da Lei nº 14.133/21 ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos.

4.2. Esclarecimentos e respostas às Impugnações sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito pelo endereço eletrônico de e-mail gerencia.licitacoes@alicc.maceio.al.gov.br

4.3. As respostas da Comissão Especial de Licitação aos pedidos de esclarecimento e às Impugnações serão divulgadas em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data de abertura do certame, consoante estabelecido na Lei 14.133, de 2021.

4.4. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

4.5. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possa propiciar a identificação de sua Proposta Técnica e de Preços.

4.6. O MUNICÍPIO dará conhecimento das consultas e respectivas respostas, exclusivamente em seu sítio oficial, no endereço **<http://www.licitacao.maceio.al.gov.br/>**

4.7. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

4.8. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

4.9. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

4.10. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

4.11. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Especial de Licitação, àquele que não se manifestar em até 3 (três) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

5. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

5.1. O valor anual estimado para a contratação de R\$ 70.000.000,00 (setenta milhões de reais), no prazo de vigência de 12 (doze) meses.

5.2. As despesas correrão por conta da dotação orçamentária: ORGÃO: 05001- SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO-SECOM. FUNCAO PROGRAMATICA: 230809-Conceber e Implementar Campanhas Institucionais da PMM; ELEMENTO DE DESPESA: 33.90.39-Outros Serviços de Terceiros-Pessoa Jurídica. FONTE DE RECURSOS: 1.5.00.000001- Recursos Não Vinculados a impostos

6. CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES OU PROCURADORES

6.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação documentos que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos envelopes com os Documentos de Habilitação e com as Propostas Técnica e de Preços.

6.1.1. Os documentos mencionados no subitem 6.1 deverão ser apresentados **fora dos envelopes** que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

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

6.1.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Apêndice VII do Anexo I. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Especial de Licitação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

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

6.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar os Documentos de Habilitação e as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos envelopes diretamente à Comissão de Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no item 7 deste Edital.

6.5. A Comissão Especial de Licitação se exime da responsabilidade pelos documentos enviados por via postal que não forem entregues antes da data abertura da sessão, ou forem entregues em local diverso ao indicado no item 7 deste edital.

7. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

7.1. As Propostas Técnicas e de Preços das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação, em 04 (quatro) envelopes distintos e separados, conforme o disposto nos itens 8 e 10 deste Edital.

Os envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços das licitantes serão recebidos às **09:00 h do dia 10/11/2025**, no auditório da **AGÊNCIA DE LICITAÇÕES, CONTRATOS E CONVÊNIOS DE MACEIÓ – ALICC, SITUADA NA AVENIDA DA PAZ, Nº 900, JARAGUÁ, CEP: 57.022-050, NESTA CIDADE**, ou, se não houver expediente nessa data, no primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário.

7.2. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

7.3. O recebimento e a abertura dos envelopes, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 18 e na legislação.

8. ENTREGA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

8.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação, acondicionada nos Envelopes nº 1, nº 2 e nº 3.

Envelope nº 1

8.1.1. No Envelope nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, disposto no Apêndice II do Anexo I deste Edital.

8.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no envelope padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Comissão Especial de Licitação. Esse envelope só será entregue à licitante que o solicite formalmente e deverá ser retirado

pela interessada de segunda a sexta-feira no horário 8h às 14h, na **AGÊNCIA DE LICITAÇÕES, CONTRATOS E CONVÊNIOS DE MACEIÓ - ALICC**, situada Avenida da Paz, nº 900, Jaraguá, nesta cidade.

8.1.1.2. O Envelope nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Envelope nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Envelope 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 e pelos demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Envelope nº 2

8.1.2. No Envelope nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada das licitantes, disposto no Apêndice III do Anexo I deste Edital.

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

Envelope nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária -Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº XX/XXX-órgão/entidade

8.1.2.2. O Envelope 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.

Envelope nº 3

8.1.2.3. No Envelope nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento e os Relatos de Soluções de Comunicação dispostos no Apêndice II do Anexo I deste Edital.

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

Envelope nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº XX / XXX - órgão/entidade

8.1.2.5. O Envelope 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.

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

9. APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

9.1. As orientações pertinentes à apresentação das Propostas Técnicas e as disposições relacionadas a seu julgamento estão estabelecidas no Apêndice II do Anexo I deste Edital.

10. ENTREGA DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

Envelope nº 4

10.1. No Envelope nº 4 deverá estar acondicionada a Proposta de Preços das licitantes.

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

Envelope nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº XX/XXX -órgão/entidade

10.1.2. O Envelope 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.

11. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

11.1. As orientações pertinentes à apresentação das Propostas de Preços e as disposições relacionadas a seu julgamento estão estabelecidas no Apêndice IV do Anexo I deste Edital.

12. DA ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Envelope nº 5

12.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Especial de Licitação, acondicionados no Envelope nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Envelope nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº XX / ano - órgão/entidade

12.2. O Envelope 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 tratam, até sua abertura.

13. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.1. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

- I.** Em original ou
- II.** Sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, ou
- III.** Em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública, ou
- IV.** Em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão de Especial de Licitação, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação.

13.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

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

13.3. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista dos subitens a seguir:

13.3.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA:

- I.** Cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- II.** Registro comercial, em caso de empresa individual;
- III.** Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;
 - a)** Os documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;

IV. Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da Diretoria em exercício;

13.3.2. Os documentos referentes à **REGULARIDADE FISCAL e TRABALHISTA** são:

- I. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
- II. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
- III. Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- IV. Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- V. Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- VI. Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

13.3.2.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

13.3.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

13.3.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

13.3.3. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

13.3.3.1. A documentação relativa à qualificação técnica deverá ser comprovada pela licitante, conforme está descrita no **Termo de Referência, Anexo I deste edital.**

13.3.4. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

- I. Certidão negativa de falência e concordata/recuperação judicial e extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da licitante, dentro do prazo de validade;
 - a) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;
 - b) Caso não conste prazo de validade na certidão será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

II. Balanço patrimonial dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentado na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante.

- a) O balanço patrimonial deverá estar assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;
- b) Se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;
- c) O balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos I a III ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:
 - I. Sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;
 - II. Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;
 - III. Sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;
 - IV. Para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:
 - a) Balanço patrimonial;
 - b) Termo de abertura e encerramento;
 - c) Recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

13.3.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante.

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

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

13.3.4.2. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

- a) Do balanço referido no inciso II do subitem 13.3.4 cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>01):

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

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

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

- b) O índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior a um (>1):

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

13.3.4.3. Os índices de que tratam as **alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 13.3.4.2** serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

13.3.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea ‘a’, ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea ‘b’, todos do **subitem 13.3.4.2**, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir no Envelope nº 5 comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo no valor de (5%) do valor anual previsto para a contratação, devendo tal comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei, admitida a atualização para esta data através de índices oficiais.

13.3.4.5. Além da apresentação da Certidão negativa de falências e do balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, a licitante deverá comprovar que possui, na data do recebimento do envelope n. 5, patrimônio líquido igual ou superior a R\$ **500.000,00** (Quinhentos mil reais), devendo essa comprovação ser feita pelo exercício social mais recente.

13.3.5. DECLARAÇÕES, com o seguinte teor:

- I.** Declaração sobre trabalho do menor, na forma do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.
- II.** Declaração de elaboração independente de proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009.
- III.** Declaração de que a licitante cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social.

13.4. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

13.5. Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documentos” expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste Edital.

13.6. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação **REGULAR** e **ATUALIZADA** no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF deverá apresentar apenas os seguintes documentos:

- a) A documentação de Habilitação Jurídica, prevista no subitem 13.3.1
- b) A documentação de qualificação técnica, prevista **subitem 13.3.3**
- c) A comprovação de qualificação econômico-financeira, prevista no **subitem 13.3.4**.
- d) As declarações descritas no **subitem 13.3.5**.

13.7. À licitante cadastrada no SICAF fica facultada a apresentação, no **Envelope nº 5**, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa e/ou anexados ao sistema SICAF.

13.8. A licitante que se alegar desobrigada de apresentar qualquer dos documentos de habilitação deverá inserir no **envelope nº. 1**, declaração ou certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor que comprovem essa condição.

13.9. Para fins de julgamento da habilitação, a Comissão Especial de Licitação poderá haver a verificação em **SÍTIOS OFICIAIS DE ÓRGÃOS E ENTIDADES EMISSORES DE CERTIDÕES E/OU DOCUMENTOS DIVERSOS**, como forma de provar a autenticidade dos documentos/certidões e regularidade do licitante, ou até para fins de obtenção de certidões e informações, sendo comprovadas nos autos tais diligências.

13.10. Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de Habilitação exigidos neste Edital.

14. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.1. A Comissão Especial de Licitação, analisará os Documentos de Habilitação das 02 (duas) licitantes declaradas vencedoras do certame, que cumpram as condições de participação estabelecidas no item 3 deste edital, e julgará habilitadas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste instrumento convocatório.

14.2. A habilitação das licitantes será verificada por meio do SICAF ou do Sistema de Registro Cadastral Unificado, nos documentos por ele abrangidos, ou mediante a análise da documentação apresentada pelas licitantes não cadastradas no referido sistema.

14.2.1. A situação das licitantes que optaram por efetuar sua habilitação conforme previsto no subitem 13.6 será verificada por meio de consulta on-line no SICAF ou Sistema de Registro Cadastral Unificado, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/21 e da Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 03/2018.

14.2.1.1. A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão de Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

14.2.1.2. Se alguma licitante for inabilitada em decorrência de irregularidade constatada por meio do SICAF ou do Sistema de Registro Cadastral Unificado e comprovar, mediante a apresentação do formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, que entregou a documentação à sua Unidade Cadastradora no prazo regulamentar, a Comissão Especial de Licitação suspenderá os trabalhos e comunicará o fato ao gestor do SICAF e do Sistema de Registro Cadastral Unificado.

14.2.1.3. O Recibo de Solicitação de Serviço apresentado deverá estar com os campos relativos à documentação complementar exigida para habilitação parcial ou à atualização de documentos de habilitação parcial preenchidos, conforme o caso.

14.3. Será inabilitada a licitante:

- a) Cujo cadastramento esteja suspenso ou inativo;
- b) Que deixar de apresentar, de acordo com o exigido, qualquer documento solicitado ou apresentá-lo com vícios ou defeitos insanáveis, ou seja, aqueles que não possam ser ajustados mediante simples diligência porque a licitante não atendia determinada condição na data prevista para entrega dos documentos;
- c) Que não reste comprovada a regularidade trabalhista, por meio da consulta prevista no subitem 14.2.1 deste Edital.

14.4. Se nenhuma licitante restar habilitada a CONTRATANTE reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis, observado o disposto no subitem 19.2 deste Edital.

15. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

15.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Especial de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

15.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por **03 (três) membros** com formação acadêmica ou experiência profissional em áreas conexas ao objeto desta concorrência.

15.2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o MUNICÍPIO.

15.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, 04 (quatro) integrantes com vínculo com a Prefeitura Municipal de Maceió e 02 (dois) sem vínculo, previamente cadastrados.

15.3.1. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

15.3.2. Para composição da relação prevista no **subitem 15.3** deste edital, a Comissão Especial de Licitação, deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no **subitem 15.2**, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

15.3.3. A relação de nomes referidos no **subitem 15.3** deste edital será publicada no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a **10 (dez)** dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

15.3.4. O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o MUNICÍPIO DE MACEIÓ, nos termos dos subitens **15.2.1, 15.3 e 15.3.2** deste Edital.

15.3.5. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação de nomes, mediante a apresentação à Comissão Especial de Licitação de justificativa para a exclusão.

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

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

15.3.7.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem **15.3** deste edital.

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

15.3.8. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no **subitem 15.3.3** deste edital e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

15.3.9. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

15.4. A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste instrumento 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. 18, VIII, da Lei 14.133/21.

15.4.1. Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão o Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos nos **Anexos III e V deste edital**.

15.4.2. Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do art. 9º da Lei nº 14.133/21, no que couber.

16. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

16.1. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar, no Diário Oficial do Município de Maceió, no sítio eletrônico oficial da CONTRATANTE, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

16.2. A juízo da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Município de Maceió é obrigatória:

a) nas sessões de abertura de envelopes;

b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

17. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS E PEDIDOS DE RECONSIDERAÇÃO

17.1. Eventuais recursos referentes a presente concorrência relacionados ao julgamento das propostas e ao ato de habilitação/inabilitação de licitante serão apreciados em fase única e deverão ser interpostos no prazo máximo de 3 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Comissão Especial de Licitação, protocolizada através de carta ou ofício para o endereço mencionado no subitem 4.1 deste edital, ou através do e-mail da gerencia.licitacoes@alicc.maceio.al.gov.br

17.1.1. A intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente na sessão, sob pena de preclusão.

17.2. Interposto o recurso, as demais licitantes poderão impugná-lo no prazo máximo de 3 (três) dias úteis a contar da data de intimação pessoal ou de divulgação da interposição do recurso.

17.3. Recebida (s) a (s) impugnação (ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso e as respectivas (s) impugnação (ões), com sua motivação, à autoridade competente, que decidirá no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

17.4. 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.

17.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a ser indicados pela Comissão Especial de Licitação, ou através de disponibilização da documentação de forma eletrônica.

17.6. O acolhimento do recurso implicará invalidação apenas do ato insuscetível de aproveitamento.

17.7. Caberá pedido de reconsideração, no prazo de 3 (três) dias úteis, contados da data de intimação, relativamente ao ato do qual não caiba recurso hierárquico.

17.8. Da aplicação das sanções previstas no caput do art. 156 da Lei nº 14.133/21 caberá a apresentação de pedido de reconsideração, que deverá ser apresentado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data da intimação, e será decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados do seu recebimento.

17.9. Os recursos e pedidos de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final de autoridade competente.

18. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS - REUNIÃO DE LICITAÇÃO

18.1. 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 pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

18.1.1. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 6 deste edital.

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

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

18.1.4. A análise dos Documentos de Habilitação das 02 (duas) licitantes vencedoras, o julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final da concorrência serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

18.1.5. 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 adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão Especial de Licitação quanto pela Subcomissão Técnica.

18.1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

18.1.7. Por ocasião da abertura dos envelopes nº 1, nº 2 e nº 4, para rubrica dos conteúdos pela Comissão Especial de Licitação e pelas licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem a sua reprodução sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

18.1.8. A Comissão Especial de Licitação 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

18.2. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previstos no **subitem 7.2** deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes, por meio do (s) documento (s) exigido (s) no **subitem 6** deste edital – CREDENCIAMENTO e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do **item 3** deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) Receber das licitantes em condições de participação os Envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 cujos fechos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada, os quais ficarão sob a responsabilidade da Comissão Especial de Licitação;
- d) Conferir a conformidade de apresentação dos envelopes com as disposições deste Edital;
- e) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Envelopes nº 1 e nº 3;
- f) Informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 16.2 deste Edital.

18.2.1. O Envelope nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se:

- I.** Não estiver identificado;
- II.** Não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do **envelope nº2**;
- III.** Não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilidade a identificação da licitante antes da abertura do **envelope nº2**.

18.2.1.1. Na ocorrência de qualquer das hipóteses acima previstas, a Comissão Especial de Licitação, não receberá o Envelope nº 1, o que também a impedirá de receber os demais envelopes da mesma licitante.

18.2.2. A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea ‘e’ do subitem 18.2, 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.

18.2.2.1. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os Envelopes 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 Comissão Especial de Licitação.

18.2.3. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Envelopes nº 1 e nº 3, a Comissão Especial de Licitação 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 Comissão Especial de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

18.2.4. A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Envelopes 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 ‘e’ do subitem 18.2 deste Edital.

18.2.5. Abertos os Envelopes nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Especial de Licitação.

18.2.6. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

- a) Encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, de todos os Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;
- b) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) Elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Envelopes 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 Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Envelopes nº 1;
- d) Somente após o recebimento dos documentos e dos Envelopes nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 3 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Publicitária) das licitantes;

- e) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Envelopes nº 3 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Publicitária) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) Elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Envelopes nº 3 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Publicitária) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Envelopes nº 3.

18.2.7. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas a b, c do subitem 2.5 e 2.5.1 do Apêndice II do Anexo I deste Edital, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

18.2.8. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea a do subitem 2.5 do Apêndice II do Anexo I deste Edital, 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 Envelope nº 2.

18.2.9. As planilhas previstas nas alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 18.2.6. Conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Publicitária.

SEGUNDA SESSÃO

18.2.10. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Envelopes nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 16.2, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir os Envelopes nº 2 das licitantes;
- c) Cotejar os documentos constantes dos Envelopes nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Envelopes 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 das licitantes habilitadas, desconsiderando eventuais pontuações das Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária que não obtiveram correspondência com as Vias Identificadas das licitantes habilitadas;
- e) Proclamar o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas;
- f) Executar o sorteio previsto no subitem 2.7 do Apêndice II do Anexo I deste Edital, se for o caso;

- g) Informar que o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 16, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação;
- h) Abrir os Envelopes nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- i) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 4;
- j) Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços, de acordo com os critérios nele especificados;
- k) Verificar se alguma das 4 (quatro) licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica apresentou a Proposta de menor preço e, caso essas licitantes não tenham apresentado a proposta de menor preço, realizar a negociação voluntária, até a consecução de acordo para a contratação;
- l) Declarar as vencedoras do julgamento final da concorrência, observado o disposto no item 2 do Apêndice II do Anexo I deste Edital, as licitantes que tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica;
- m) Informar que o resultado do julgamento final da concorrência;
- n) Receber e abrir os Envelopes de nº 5 das licitantes vencedoras, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- o) Analisar os Documentos de Habilitação das licitantes vencedoras, observado o atendimento ao disposto nos itens 13 e 14, bem como na legislação em vigor;
- p) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 5;
- q) Dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 16, com a indicação de habilitação ou inhabilitação das licitantes vencedoras, questionando os licitantes sobre intenção de recorrer da decisão da Comissão Especial de Licitação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, caso haja intenção de recurso. OBS: Caso as licitantes vencedoras sejam inhabilitadas, a Comissão Especial de Licitação analisará a habilitação das seguintes, observado o procedimento descrito neste subitem.

18.2.11. Por ocasião da consulta ao SICAF e no Sistema de Registro Cadastral Unificado, serão impressas as declarações de Situação do Fornecedor das licitantes cadastradas, que serão assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, as quais serão juntadas aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

19. JULGAMENTO FINAL DA CONCORRÊNCIA

19.1. O julgamento final desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto nos arts. 35 e 37 da Lei nº 14.133/21, critério de julgamento Melhor Técnica e Preço.

19.2. Serão vencedoras do julgamento final da concorrência as licitantes habilitadas, que tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, desde que mantenha as condições de participação estabelecidas no item 3 deste Edital.

20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

20.1. Não tendo sido interposto recurso no julgamento final da concorrência, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 27.10 deste Edital.

21. CONDIÇÕES PRÉ- CONTRATUAIS

21.1. A contratação será formalizada mediante assinatura do contrato, para cuja assinatura as licitantes adjudicatárias terão o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir do recebimento da respectiva convocação do MUNICÍPIO.

21.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do CONTRATANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.

21.1.2. Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 90, §5º da Lei nº 14.133/21.

21.2. Antes da celebração do contrato, o CONTRATANTE efetuará consulta ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), conforme disposto no inciso III do art. 6º da Lei nº 10.522/2002, ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União.

21.3. O CONTRATANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, pelos motivos previstos no art. 137 da Lei nº 14.133/21 e, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial e, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial.

21.4. Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e a Proposta de menor preço.

22. GARANTIA DE EXECUÇÃO

22.1. As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Cláusula Décima – Garantia de Execução da Minuta de Contrato (Apêndice VIII do Anexo I).

23. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

23.1. As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas nas Cláusulas Quinta e Sexta da Minuta de Contrato (Apêndice VIII do Anexo I) deste Edital.

24. FISCALIZAÇÃO

24.1. O CONTRATANTE nomeará gestor e fiscal para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato resultante desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (Anexo II).

25. PAGAMENTO E REMUNERAÇÃO

25.1. Para pagamento das despesas referentes à execução dos produtos e serviços objeto da presente contratação e para remuneração das contratadas deverão ser observados os conteúdos dispostos na Cláusula Oitava da Minuta do Contrato.

26. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

26.1. Os licitantes vencedores que derem causa à inexecução parcial do contrato sofrerão aplicação de sanção administrativa de advertência, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.

26.2. Os licitantes vencedores que praticarem qualquer uma das infrações administrativas previstas nos incisos do caput do art. 155 da Lei nº 14.133/21 serão penalizados com a aplicação de multa compensatória de até 1% (um) por cento do valor do contrato licitado, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/21.

26.3. Será impedido de licitar e contratar, pelo prazo máximo de 3 (três) anos, aquele que cometer as infrações administrativas previstas nos incisos II a VII do caput do art. 155 da Lei nº 14.133/21, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.

26.4. Será declarada a inidoneidade para licitar ou contratar, pelo prazo mínimo de 3 (três) e máximo de 6 (seis) anos, daquele que for responsável pelas infrações administrativas previstas nos incisos VIII a XII do caput do art. 155 da Lei nº 14.133/21, bem como pelas infrações previstas no subitem 26.3, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave.

26.5. O descumprimento total ou parcial das disposições deste Edital ou das obrigações assumidas no contrato, sem justificativa aceita pelo CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Segunda da Minuta de Contrato.

27. DISPOSIÇÕES FINAIS

27.1. É facultada à Comissão Especial de Licitação, ou autoridade superior, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

27.2. A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria da infraestrutura e recursos materiais que as empresas classificadas apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do CONTRATANTE para a execução do contrato.

27.3. A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, até a abertura do Envelope nº 3, nas situações elencadas nos subitens 27.1 e 27.2.

27.4. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser inabilitada ou desclassificada se o CONTRATANTE tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

27.4.1. Se ocorrer inabilitação ou desclassificação da licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

27.5. Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

27.6. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

27.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o MUNICÍPIO comunicará os fatos verificados ao Ministério Público do Estado, para as providências devidas.

27.8. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 155, XI da Lei nº 14.133/21.

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

27.10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

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

27.11. Antes da data marcada para o recebimento dos Envelopes com os Documentos de Habilitação e as Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação dos Documentos de Habilitação e das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

27.12. Correrão por conta do CONTRATANTE as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Município, na forma prevista no art. 94, I, da Lei nº 14.133/21.

27.13. 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 respectivo sítio oficial na Internet, em atenção 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 e no Diário Oficial do Município.

27.14. A dotação orçamentária disponibilizada para cobertura das despesas da contratação:

ÓRGÃO: 05001 - Secretaria Municipal de Comunicação - SECOM

FUNÇÃO PROGRAMÁTICA: 230809 – Conceber e Implementar Campanhas Institucionais da PMM;

ELEMENTO DE DESPESA: 33.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

FONTE DE RECURSOS: 1.5.00.000001 - Recursos Não Vinculados a Impostos.

27.15. As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Estadual, Seção Judiciária do foro da comarca de Maceió.

27.16. Integram este edital os seguintes documentos:

ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA

ANEXO II – MINUTA DO CONTRATO

ANEXO III – TERMO DE RESPONSABILIDADE

ANEXO IV – SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ANEXO V – TERMO DE RESPONSABILIDADE

Maceió/AL, 17 de setembro de 2025.

Edsângela Gabriel Peixoto Bezerra
Comissão Especial de Licitação

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA

Modalidade CONCORRÊNCIA do tipo TÉCNICA E PREÇO, para prestação de SERVIÇOS DE PUBLICIDADE a serem prestados por até 02 (duas) agências de publicidade para atender as necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação do Município de Maceió, na forma de EXECUÇÃO INDIRETA, regime de execução EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO, sob o regime da Lei nº 12.232/10 mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Federais nº 4.680/65 e 14.133/2021, Lei Complementar nº 123/2006, pelas demais normas e legislações atinentes ao objeto a ser contratado.

APÊNDICE I

BRIEFING DA CAMPANHA SIMULADA

Modalidade CONCORRÊNCIA do tipo TÉCNICA E PREÇO, para prestação de SERVIÇOS DE PUBLICIDADE a serem prestados por até 02 (duas) para atender as necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação do Município de Maceió, na forma de EXECUÇÃO INDIRETA, regime de execução EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO, sob o regime da Lei nº 12.232/10 mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Federais nºs. 4.680/65 e 14.133/2021, Lei Complementar nº 123/2006, pelas demais normas e legislações atinentes ao objeto a ser contratado.

1. INTRODUÇÃO

O termo Publicidade Institucional aplicado à gestão pública, designa todas as ações de comunicação institucional de interesse maior da população, envolvendo da prestação de contas as ações multidisciplinares da Prefeitura Municipal através das diversas secretarias. Apesar de ter como público fundamental de suas ações a população, também é um importante alvo deste segmento seus funcionários e colaboradores.

Portanto, o poder público deve atingir em seu corpo estratégico a sociedade aqui subdividida em três públicos: o cidadão, o contribuinte e o usuário mais direto de serviços públicos. Nestas três instâncias temos questões conceituais diferentes que precisam de tratamentos criativos específicos para levar os princípios do poder público a todas as esferas da sociedade. A base da comunicação de caráter público é institucional e diversas ações de interesse público envolvem a divulgação dos princípios que a gestão municipal está definindo para atuar. Comunicar isto para a população faz parte não apenas da obrigação democrática, mas da transparência necessária ao acompanhamento dos resultados da Prefeitura Municipal de Maceió. A Propaganda Pública contemporânea não deve ser, portanto, um instrumento de adesão, mas um dos canais de interação do poder público, fomentando a ação conjunta na busca do bem comum.

1.1 Cenário

O desafio da gestão municipal está na visão estratégica do equilíbrio entre o atendimento das necessidades básicas e o seu potencial, sendo capaz de adequar o crescimento urbano à demanda social por serviços públicos e fomentar uma consciência de corresponsabilidade por parte da sociedade.

Mesmo que toda a comunicação do executivo municipal tenha um fator institucional como elemento preponderante, toda a divulgação correlata, em particular de ações específicas da Prefeitura ou mesmo de apresentação de novos equipamentos públicos, tem como fator coadjuvante a promoção destes atos e a sensibilização da sua importância para os munícipes.

Desta forma, é importante salientar que, ao lado do aspecto de cidadania destas atividades de comunicação social, existem públicos que precisam ser claramente impactados para que os objetivos das mensagens produzidas sejam alcançados. Aliar os elementos relativos ao impacto necessário destas mensagens, sem perder de vista as metas claras definidas nos pedidos de divulgação dos mais diversos setores é fundamento a ser observado por todas as candidatas no desenvolvimento de suas campanhas e deve, sempre, ser aspecto avaliado pelos gestores de comunicação ao aprovar as peças desenvolvidas pelas agências de comunicação prestadoras de serviço ao poder público municipal.

2- PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

O IPTU é um dos impostos mais tradicionais do sistema tributário brasileiro e representar um importante instrumento para a gestão municipal. A receita oriunda do IPTU tem por objetivo ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e garantir o bem-estar de seus habitantes, destinando a receita para saúde, educação, limpeza pública, e outras áreas de interesse público. Além do mais, tem a finalidade de promover a cidadania na medida em que alerta para a responsabilidade de todos os cidadãos no financiamento dos gastos públicos. Afinal, a gestão de um município pode ser melhor, caso o município consiga arrecadar os seus próprios recursos sem ser totalmente dependente dos repasses estaduais e federais. É evidente que estes repasses são de extrema relevância, no entanto, quanto maior a dependência que o município tiver do estado ou do país, menor a sua autonomia.

Mesmo com menos de um milhão de habitantes, Maceió tem a 16ª maior população entre os mais de 5 mil municípios brasileiros e nos últimos 12 anos, a capital alagoana ganhou 25.274 habitantes, uma taxa de 2,71%. O que segundo o IBGE, essa tendência de crescimento tímido é observada também em outras grandes cidades e capitais, que estão perdendo população enquanto cidades circunvizinhas estão tendo um crescimento populacional. De todo modo, assim como qualquer outra cidade, essa densidade populacional traz grandes desafios para os poderes públicos locais, exigindo maior eficiência da gestão municipal na prestação de serviços para melhorar a qualidade de vida da população. Destaca-se a imperativa eficiência no financiamento das ações voltadas ao desenvolvimento humano, social, econômico e cultural, com reflexos diretos no resultado de todas as outras áreas da administração pública e na promoção da qualidade de vidas dos cidadãos.

É neste sentido, que ressaltamos que uma das principais fontes de arrecadação própria e imprescindível à composição do Tesouro público municipal, o Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) é fundamental para a execução de obras de infraestrutura, manutenção de equipamentos públicos e realização de ações voltadas à melhoria dos indicadores de desenvolvimento educacional, social, humano e econômico. Essa arrecadação, em Maceió, representa mais de 20% da receita tributária do município e é revertido em investimentos em áreas como Saúde, Educação e Infraestrutura urbana, por exemplo.

Contudo, mesmo buscando novas forma de incentivar o cidadão sobre a importância da contribuição, segundo os dados da Secretaria Municipal de Fazenda (Sefaz Maceió), em 2020, por exemplo, a cidade registrou uma taxa de inadimplência de aproximadamente 46%, resultando em um prejuízo de R\$ 104 milhões aos cofres públicos. Já em 2022, a inadimplência do era de 50%, 2023 era de 30,07% e em 2024 de 35,79%. Observando esse cenário e buscando novas alternativas para estimular o pagamento do IPTU e diminuir o número de inadimplentes, esse ano, no mês de janeiro, os contribuintes de Maceió tiveram a

oportunidade de pagar o Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) de 2025 em cota única, garantindo um desconto de 15%. Seguindo a tendência dos anos anteriores, esse percentual se destacou como um dos mais altos e vantajosos entre as capitais brasileiras, tanto em valor quanto em período de vigência. A adesão da população à campanha de adimplência foi significativa, conforme apontam os dados da Secretaria Municipal de Fazenda (Sefaz Maceió). Durante esse período, 53.800 contribuintes aproveitaram o desconto para manter seus pagamentos em dia, representando um crescimento de 6,5% em relação a janeiro do ano passado. A Fazenda Municipal também investiu em melhorias tecnológicas e na otimização dos serviços prestados, tanto presencialmente quanto no ambiente digital – registrando mais de 15.753 atendimentos, sendo 10.663 presenciais e 5.090 a distância. As guias do IPTU também foram disponibilizadas exclusivamente em formato digital, acessíveis pelo site. O pagamento poderia ser feito via Pix e aplicativos bancários, proporcionando mais praticidade aos contribuintes, eliminando a necessidade de filas e deslocamentos. Todas essas facilidades aumenta e reforça a importância do abatimento como um incentivo para a regularização fiscal e economia dos cidadãos, além da modernização dos processos também contribuíram para a alta adesão.

Desta forma, o desafio que fica para as candidatas é desenvolverem uma campanha eficaz da importância da contribuição do IPTU 2026 e, simultaneamente, informar à população que o IPTU é a mais importante fonte de renda para o Município, quanto maior a arrecadação, maiores serão os benefícios e consequentemente resultando em um aumento no número de adimplentes. Portanto, uma estratégia de comunicação precisa, necessariamente, ter um caráter informativo, sendo concebidas como parte de uma estratégia de longo prazo, em consonância com suas metas de gestão: se consolidar como cidade que pensa no bem-estar de sua população o ano todo.

3- DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

O Desafio proposto às agências participantes é conceber, planejar e propor, no contexto desta concorrência, uma campanha publicitária institucional simulada voltada à arrecadação do IPTU 2026 do Município de Maceió. Espera-se a elaboração de uma estratégia criativa que vá além da simples promoção da obrigação tributária, estruturando-se como um projeto de comunicação integrada, com foco na conscientização e no fortalecimento da cidadania fiscal, criando com isto um marco referencial criativo para desdobramentos futuros.

A proposta deverá apresentar um posicionamento central original, concebido pelas licitantes, que traduza, de forma clara e empática, a importância do imposto. Os aspectos relacionados à manutenção e melhoria dos serviços públicos municipais, conectando essa contribuição diretamente aos benefícios concretos entregues à população devem ser destacados. Dessa forma, pretende-se que o cidadão seja representado como protagonista da transformação urbana, contribuindo para um novo marco na comunicação pública da Prefeitura.

A campanha deve ser precedida de uma ou mais peças de sensibilização, com linguagem compatível com os diversos segmentos de público-alvo, valorizando a transparência na gestão pública, a corresponsabilidade social e os impactos positivos da arrecadação para o cotidiano da cidade. Para fins avaliativos, cada candidata deverá propor um plano de veiculação com duração de até 60 dias consecutivos, a ser implementado no exercício seguinte, em período por ela definido e justificado, sempre pensando às suas

necessidades institucionais, desde que respeitado este limite máximo aqui estabelecido. As agências deverão defender com precisão as motivações estratégicas para a escolha do período de veiculação, a alocação dos recursos e a distribuição dos esforços de mídia e ação integrada, contemplando análises de público, meios, linguagem e territorialidade, além de propor soluções criativas e economicamente viáveis. Portanto, mostrar o cidadão como protagonista é fundamental na análise das propostas.

É indispensável que ao defender seu posicionamento, as licitantes demonstrem sua compreensão do problema de comunicação, propondo a conceituação da mensagem principal e de sua síntese corporificada em slogan para toda a campanha. Ao desenvolver a campanha fruto desta base estratégica, caberá a cada concorrente demonstrar a capacidade de desdobramento e aplicabilidade do formato proposto às diversas necessidades da Prefeitura de Maceió, tomando como fundamento criativo as informações disponibilizadas neste briefing.

Destacamos que a proposição deve ter, portanto: peças iniciais de sensibilização para este tributo nas diversas esferas de atuação da Prefeitura, atreladas ao seu principal papel como administradora municipal. Isso deve ser sucedido de mensagens que reforcem o caráter ético e responsável de estar em dia com esta obrigação, visando promover o desenvolvimento da sociedade, respeitando as relações com os cidadãos. Deste modo, as concorrentes devem apresentar aos públicos potenciais o conceito da comunicação em um novo paradigma sintético (slogan / partido temático) – claramente justificado - e baseado nesta proposição criativa inicial, sendo continuidade desta atividade de divulgação inicial a conclusão da campanha.

Desta forma, cada uma das concorrentes deve apresentar roteiros, layouts e textos com base nas informações aqui prestadas, ficando facultado às agências apresentar exemplos de roteiros de filmes, roteiros de monstros e/ou storyboards e de outros tipos de roteiros para outras peças eletrônicas (sempre seguindo a formatação prevista em edital), caso julguem necessários para a melhor visualização e apresentação da campanha. Deve-se levar em consideração que o suporte papel é único referendado e que todas as demais exigências claramente expressas em edital devem ser seguidas.

4 – TEMA GERAL DE CAMPANHA E DIRETRIZES

Para o tema geral da campanha sumulada foi definido: “IPTU 2026: Você cuida de Maceió. Maceió cuida de todos.”. Este tema não se caracteriza como slogan ou chamada, mas como paradigma de origem que deve ser traduzido, interpretado e formatado pelas concorrentes na construção de suas estratégias de trabalho comunicacionais.

a) **Diretrizes Gerais**

Como diretrizes construtivas gerais da campanha, a proposta criativa não pode limitar-se aos tradicionais formatos que se baseiam em construir um panorama informativo para a Prefeitura de Maceió. Num momento onde a população está refratária a ação política, em particular pelas sucessivas notícias negativas em diversos esferas e poderes, é preciso conquistar a confiança e a identidade da população para participar de forma ativa da vida dos maceioenses, mostrando que a ação da gestão municipal é reflexo do desejo dos de todos (escuta). As ações realizadas (presença) devem se mostrar não como uma hipérbole do real, mas ação vivida e real de um trabalho político sério. É importante destacar que o compromisso de agir integradamente (construção) com todos os

cidadãos se faz fundamental, mostrando que mais que falar, o executivo municipal se propõe a dizer e fazer de forma sinérgica com a população.

Partindo deste pressuposto, alguns elementos serão fundamentais nas propostas existentes no exercício simulado para se avaliar o alcance da excelência estratégica, criativa e de exposição das mensagens por parte das empresas concorrentes

Continuidade: Buscando aumentar a eficiência dos investimentos de longo prazo, a campanha deve sedimentar a ideia de entregas com impacto na população e escuta, sendo mais próximos da sua população e lançar as bases para uma nova etapa da comunicação regular do município.

Abrangência de Público: Levando em consideração que os públicos a serem atingidos (cidadãos, os contribuintes e o usuário mais direto de serviços públicos), de todos os estratos sociais, de todos os perfis de formação e escolaridade. Isso exige não apenas uma linguagem abrangente, mas a capacidade de adaptação e desenvolvimento de formatos capazes de dialogar com recortes de público específicos, se necessário, percebidos pelas próprias candidatas ante a dimensão geral destes aspectos.

Abrangência Geográfica: Mesmo que a exposição de campanha chegue de forma capilar a todo o município, as agências devem pensar em todas as dimensões de público, já que o executivo deve agir para todos os cidadãos maceioenses e também os contribuintes deste imposto. É fundamental entender a diversidade das necessidades midiáticas e traduzir essa particularidade não apenas em pontos de contato, mas em linguagem desenvolvida para as idiossincrasias destes segmentos.

Mix de mídia: Todos os veículos de largo alcance (eletrônicos de massa e impressos) podem ser contemplados na estratégia de mídia, inclusive os digitais e os recursos próprios, bem como novos formatos de mídia baseados em aproximação e apropriação do espaço urbano.

Unidade de linguagem e de conteúdo: A eficácia da comunicação depende de que o público identifique com facilidade a comunicação da Prefeitura de Maceió, e que as diversas peças concebidas contenham suficientes elementos formais que lhes confirmem unidade, tais como elementos de linguagem, assinaturas, trilhas sonoras, design, entre outros, sem esquecer das necessárias adaptações aos suportes midiáticos.

Adequação das mensagens: As peças devem levar em conta a necessidade da sociedade de ser informada de modo claro, pertinente e sóbrio sobre as ações regulares do executivo municipal, considerando sempre em seus princípios a reversão destes recursos em serviços públicos.

Impacto Persuasivo: As mensagens devem ser concebidas de modo a atrair a atenção e cativar pelo que apresentarem de criativo, inusitado, atraente, apazível e persuasivo.

A questão aqui proposta não é simplesmente criar um conjunto de peças isoladas que atendam a estes princípios, mas conceber uma estratégia sólida e única que traduza estes valores e seja consistente como linguagem para todas as campanhas que a sucederem no trato da apresentação institucional da Prefeitura Municipal de Maceió. Deste conceito deve ser possível criar desdobramentos e manter uma linha única, evitando qualquer tipo de dispersão de recursos em conceitos pulverizados.

Faz parte do desafio apresentar campanha simulada que inclua desde a criação até o planejamento de mídia, dentro do prazo proposto para a campanha, sendo que deve ser escolhido quais serão estes 60 dias contínuos, dentro do melhor critério técnico possível e da boa governança dos recursos disponíveis.

Por ser um exercício simulado, todos os custos devem ser pensados como nos vigentes à época/ano da entrega das propostas, mesmo a campanha tendo previsão de execução apenas em período subsequente e com a existência de possíveis alterações na tabela, uma vez que os custos de tabela em si são comuns e não são alvo de avaliação do exercício.

5. RECURSOS DE CAMPANHA

Para realizar essa campanha simulada, com duração de até 60 dias, utilizando-se uma verba de R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais) para divulgação na cidade e nos principais centros emissores, tal valor inclui todos os custos de veiculação, mídia, produção e/ou no media que venham a ser propostos. Os valores usados na distribuição de mídia neste exercício simulado, para todos os veículos de comunicação, serão os de suas respectivas tabelas de preços sem percentual de desconto. Para os valores de honorários a licitante aplicará os limites máximos de remuneração previstos nas regras do Conselho Executivo das Normas- Padrão da Atividade Publicitária (CENP), para os custos internos, utilizar a tabela cheia do SINAPRO/ AL - Sindicato das Agências de Publicidade do estado de Alagoas. E para os custos de produção (serviços técnicos de terceiros), devem ser utilizados os preços praticados pelo mercado. Não devem ser contemplados na proposta simulada quaisquer descontos constantes na proposta de preços presente em envelope específico.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As licitantes deverão agir de forma criativa não apenas na produção das peças, mas também no desenvolvimento de estratégias que, no aspecto dos investimentos, ofereçam a melhor relação custo benefício ao erário, incluindo o uso de meios já disponíveis para a Companhia. A ideia é impactar o maior número de pessoas com o menor custo, a partir de decisões no uso das mídias nas quais o fator técnico e o uso de métricas atualizadas prevaleçam sobre o senso comum e o uso intuitivo dos meios. Para isso, há de se conhecer em profundidade elementos psicográficos dos públicos a serem atingidos pela campanha, sem negligenciar a tradicional e necessária segmentação demográfica.

APÊNDICE II

REQUISITOS DE REALIZAÇÃO E AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS

1. REQUISITOS DA PROPOSTA TÉCNICA

1.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada e contratada em 4 (quatro) quesitos entregues em cadernos distintos: I. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA; II. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO; III. REPERTÓRIO e; IV. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, com os subquesitos a seguir:

<i>Envelopes</i>	<i>Quesitos</i>	<i>Subquesitos</i>
Envelope 1 (Via 1 – não identificada) Envelope 2 (Via 2 - identificada)	I. Plano de Comunicação Publicitária	a) Ideia Criativa
		b) Estratégia de Comunicação Publicitária
		c) Raciocínio Básico
		d) Estratégia de Mídia e Não Mídia
Envelope 3	II. Capacidade de Atendimento	
	III. Repertório	
	IV. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

1.2.1. NATUREZA DA CAMPANHA SIMULADA: Constitui objeto do presente Certame, um projeto de CAMPANHA SIMULADA para a Contratação de serviços de publicidade e propaganda, planejamento de comunicação e marketing a serem prestados por agência de publicidade e propaganda, para atender demandas da Secretaria Municipal de Comunicação Social – SECOM da Prefeitura Municipal de Maceió, observados os seguintes princípios gerais:

- I. O produto final decorrente do exercício desta licitação será propriedade da Secretaria Municipal de Comunicação Social – SECOM, não sendo passível de remuneração de nenhuma ordem por parte da CONTRATANTE às candidatas não classificadas.
- II. Mesmo realizada sob uma perspectiva simulada, com objetivo de avaliar o trabalho integrado desenvolvido pelas empresas concorrentes, todos os dados presentes neste briefing são baseados na realidade da Contratante e de seus públicos, devendo as concorrentes tomar dados e elementos reais para desenvolver seus pressupostos e propostas.

- III. Os valores adiante definidos como verba da campanha simulada e como o valor global do contrato, são dimensionados ante as normativas aprovadas na Lei Orçamentária do Município, os contratos anteriormente firmados pela Prefeitura Municipal de Maceió e, sobretudo, ante as necessidades de comunicação do executivo municipal diante das variações de tabela dos veículos de comunicação.
- IV. O trabalho realizado pelas concorrentes quando da sua contratação deve ser fundamentado na lógica de integração das ferramentas de comunicação, no qual cada meio tem um poder específico de impactar a população e onde os canais de divulgação devem interagir de forma sinérgica, empoderando os investimentos e maximizando os resultados esperados para as Campanhas Institucionais desenvolvidas
- a) Uma vez que os valores a serem pagos aos veículos, conforme Legislação em vigor, devem seguir expressamente as tabelas registradas no Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP (ou órgão equivalente), as definições quantitativas e qualitativas das atividades de planejamento e análise de mídia são preponderantes nos resultados das campanhas e não o valor das mídias em si.
- b) A escolha de propostas tecnicamente menos onerosas, mas sem a devida compreensão dos efeitos da campanha e do melhor uso das ponderações técnicas, gerariam, necessariamente, prejuízos ao erário público, pelo não atingimento das metas necessárias à comunicação. Portanto este elemento deve ser ponderado na avaliação das candidatas.

1.3. QUESITOS

I. CADERNO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO DE PUBLICITÁRIO

1.3.1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: o **Plano de Comunicação Publicitária** deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquestos RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, IDEIA CRIATIVA e ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA, elaborado com base no Briefing – Apêndice I deste Estudo Técnico Preliminar e nas orientações do Edital, observadas as seguintes disposições:

- a) Formatação realizada conforme subitem de formatação a seguir (1.4.1);
- b) Elaboração em 2 (duas) vias, quais sejam:
- b.1) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;
- b.1.1) será vedada a aposição, a qualquer parte da VIA NÃO IDENTIFICADA do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal, palavra ou quaisquer elementos gráficos que possibilitem a identificação do seu proponente antes da abertura do envelope da

Via Identificada;

- b.1.2) o envelope destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido pela Secretaria Municipal de Comunicação Social da Prefeitura de Maceió;
- b.1.3) o envelope destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária padronizado poderá ser retirado até dois dias úteis antes da data marcada para abertura do certame, conforme consta no texto do Edital.
- b.1.4) O envelope padronizado com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só será recebido pela comissão permanente de licitação se não apresentar quaisquer marcas, sinais, etiquetas ou elementos capazes de identificar a licitante;
- b.2) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.
- b.2.1) A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa;
- b.2.2) A única finalidade desta via é o cotejo, em momento pertinente, para identificação da autoria das propostas, em sessão pública, após a conclusão do processo de avaliação.

1.3.2 SUBQUESTOS

1.3.2.1. **Raciocínio Básico:** composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Prefeitura Municipal de Maceió, o contexto do Município, sua população (dados sociodemográficos), dados oficiais da cidade e atendimento aos munícipes, dados pertinentes aos serviços prestados, além do desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressa no briefing.

- a) diagnóstico e interpretação dos desafios e problemas de comunicação presentes no briefing introduzindo o trabalho da candidata;
- b) considerações de público-alvo da Prefeitura Municipal de Maceió, da população afetada e da campanha em específico tratada no briefing e das necessidades de comunicação ante ao exercício simulado;
- c) premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação da Prefeitura, levando em consideração elementos sociodemográficos do município e dos públicos das campanhas em sua mais ampla acepção.
- d) Proposição interpretativa da diagnose feita em briefing.

1.3.2.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expresso no briefing compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b) na construção do partido temático os elementos semânticos e sintáticos que embasaram a definição da frase desdobrada, bem como a observação das extensões de campanha realizáveis a partir desta definição.
- c) Fundamentos estratégicos selecionados pelas candidatas

- d) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar e seu trato distributivo.

1.3.2.3. **Ideia Criativa:** apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, observadas as seguintes disposições:

- a) apresentar relação nominal de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, facultada a adição de comentários sobre a construção criativa de cada peça e ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária, sempre nos limites definidos em edital;
- c) Recomenda-se para os comentários mencionados na alínea ‘a’ do subitem Ideia Criativa, a especificação de cada peça e ou material; a explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material; bem como seu detalhamento no caso das peças não corporificadas que eventualmente irão compor a campanha com possíveis comparações gráficas relativas às peças corporificadas como exemplo;
- d) Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea ‘b’ do subitem Ideia Criativa **estão limitados a 5 (cinco)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, podendo ser apresentados sob qualquer forma impressa – desde roteiro, layout e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio; descritivos e gráficos impressos para protótipos (*mockups* bidimensionais); detalhamento impresso de roteiros para realização de peças destinadas a rádio e internet; e outros exemplos afins.
 - I. todos os exemplos devem ser apresentados em substrato papel, preferencialmente na mesma gramatura de impressão do volume apócrifo, conforme demais normativas do certame. Não serão aceitas peças em outros suportes sob pena de desclassificação da concorrente.
 - II. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado na forma ‘exemplificada’, a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem “Ideia Criativa” deverá ser elaborada em dois blocos (de texto ou de tópicos, conforme escolha da licitante): um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante que não será exemplificado.
 - III. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura e proporção, sem limitação de cores, sem suporte e/ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Envelope nº 1 podem ser dobradas.
 - IV. Cada peça e ou material impresso deverá trazer ao menos

indicação sucinta (exemplos: cartaz, roteiro de filme TV, roteiro de spot para rádio, anúncio em revista, frames de banner para internet, etc.) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem Ideia Criativa.

V. A escolha das peças exemplo deve ter como objetivo facilitar a visibilidade de toda a campanha, permitindo avaliar elementos dos desdobramentos criativos propostos pela concorrente, inclusive, nas peças não tangibilizadas que eventualmente integrem as campanhas propostas.

- e) Para fins de cômputo do máximo das peças que podem ser apresentadas 'exemplificadas', até o limite de que trata a alínea 'd' do subitem Ideia Criativa, devem ser observadas as seguintes regras:
- I. as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
 - II. cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
 - III. peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), apenas será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
 - IV. um hotsite e todas as suas páginas serão considerados apenas uma peça;
 - V. um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
 - VI. um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
 - VII. um hotsite cuja página de abertura e/ou demais páginas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado apenas uma peça.
 - VIII. Uma ação de ativação de mensagem (ação de comunicação de não mídia *in loco*; *flash mob* ou equivalente): terá seu conjunto de atividades sendo considerado apenas uma peça, desde que sua realização seja integrada.

1.3.2.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia** constituída de: conjunto textual e gráfico onde os elementos deverão embasar as definições de espaço e suportes da campanha, tendo como elementos recomendáveis mínimos:

- a) Texto de apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing anexo a este edital, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) Texto diagnóstico sobre os públicos da campanha contemplados, seu consumo de mídia e perfis embasados em pesquisas e dados fiáveis, servindo de apoio aos argumentos oferecidos, o que inclui gráficos e

tabelas referentes a estes conteúdos;

- c) Texto com considerações detalhadas sobre as táticas de mídia propostas e números relativos ao alcance do plano proposto, permitindo a inclusão de tabelas e informações sobre as estratégias de *flights* propostas, podendo ser seguido ou não de gráficos específicos, a critério da concorrente;
- d) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas.
 - I. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem
 - II. deverão constar nessa simulação, seus respectivos períodos de distribuição das peças e/ou material e quantidades de inserção destes materiais;
 - III. Todas as simulações, tabelas e anexos deste item deverão ser encadernados ao final do conjunto, compondo o volume do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA.
- e) Resumo geral com informações sobre, ao menos:
 - I. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
 - II. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
 - III. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia com as respectivas quantidades a serem produzidas;
 - IV. Demais valores (absolutos e percentuais) que incluam o orçamento do exercício, inclusive custos de pesquisas adicionais e eventuais reservas técnicas designadas.
- f) Quanto aos valores desta simulação, devem ser observados:
 - I. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser considerados como os de tabela cheia, vigentes preferencialmente na data de publicação do Aviso de Licitação;
 - II. Deve 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 uma vez que o exercício leva em conta a distribuição dos recursos;
 - III. Não é obrigatória a alocação dos custos internos de criação nesta etapa da proposta: apenas valores de mídia, produção, eventuais pesquisas que se façam necessárias para a produção da campanha são indispensáveis.

1.4. Formatação do Plano de Comunicação Publicitária

1.4.1. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

- a) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco. Não deverão ser usadas sobrecapas em plástico ou qualquer outro material;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
- d) Espaçamento recomendado de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda, para equidade nos processos de avaliação dos limites de páginas (laudas);
- e) Títulos, entretítulos, parágrafos e afins preferencialmente sem recuos;
- f) Espaçamento “simples” entre 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 “automático”, tamanho “12 Pontos”;
- i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da folha.
- j) Não serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto a nenhum título, exceto como adjuvante dos gráficos e tabelas, nos itens em que estes itens são expressamente permitidos.

1.4.2. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material prevista no subitem de Ideia Criativa estão limitados, no conjunto, a **10 (dez) páginas**, não computadas nesse limite a capa e contracapa e páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

1.4.3. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas, mas os conteúdos devem ser circunscritos aos elementos descritos para o item, sendo desconsideradas informações excedentes.

1.4.4. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente (soltas) da encadernação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, facilitando o manejo e acondicionamento destas peças.

1.4.5. As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão, a critério das candidatas:

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, em tamanho compatível com as informações expressas;
- c) Ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) duas páginas para efeito dos itens com limitação de contagem;

1.4.6. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e não Mídia poderão:

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;

- c) Ser apresentados em papel A3 dobrado de forma a adequar seu formato ao caderno em que estão inseridos.
- d) Quando possível, priorizar a boa leitura das informações constantes nestas tabelas.

II. CADERNO DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

1.5. Capacidade de Atendimento: deverá ser constituído por caderno específico trazendo sobretudo textos e gráficos capazes de tratar da capacidade de atendimento da licitante tanto geral, considerando-se a totalidade dos setores do licitante, quanto específica, no que diz respeito ao setor de atendimento propriamente dito. Esse tópico, a ser abordado sob a forma de textos sem anexos, deve incluir:

- a) Listagem com os principais clientes da atual carteira, considerando um limite de até oito clientes, com a especificação do início de atendimento a cada um deles, excetuando-se sempre a atual CONTRATANTE caso esteja presente nesta condição;
- b) Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (estudo, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento), devendo o licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação e, preferencialmente, o regime de dedicação;
 - I. Ao início do texto que trata dos quadros profissionais, é recomendável a presença de um quadro resumo, em formato de tabela ou similar, onde o quantitativo de profissionais por área técnica e seus nomes sejam listados facilitando a visualização total destes profissionais, para fins de avaliação.
 - II. a qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação, instituição de formação e a experiência dos profissionais e sua dedicação a conta (eventual, permanente ou exclusiva);
 - III. os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do CONTRATANTE, sendo exigível profissional de atendimento dedicado a conta com capacidade para realizar reuniões no município sempre que necessário.
 - IV. Para cômputo do quantitativo disponibilizado de equipe, não será contabilizado os cargos que desenvolvam atividades de suporte sem relação técnica com a atividade publicitária ou de comunicação digital.
- b) Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produção e veiculação, base de atendimento, fluxos de trabalho e políticas afirmativas visando

equidade.

- I. Os prazos exigidos para alterações em peças já desenvolvidas, devem vir neste tópico, preferencialmente em formato de tabela ou similar, com mínimos e máximos, ao menos para a entrega de peças avulsas, criação de campanhas, planos de mídia e alteração de peças após apresentação inicial ao cliente.
 - II. O texto que trabalha a sistemática de atendimento deve explicitar as etapas do trabalho da concorrente, desde o pedido de reunião regular ou extraordinária pelo cliente, até a devolutiva dos trabalhos prontos, incluindo em qual unidade (sede ou filial) da empresa os serviços serão concentrados.
- c) As instalações, a infraestrutura – incluindo elementos de tecnologia da informação e segurança - e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
 - d) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

III. CADERNO DO REPERTÓRIO

1.6. O repertório é composto por um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo licitante, na seguinte forma:

- a) Um dispositivo de memória *flash* do tipo *pendrive* contendo até 03 (três) peças em audiovisual para televisão, cinema ou meios digitais;
- b) Um dispositivo de memória *flash* do tipo *pendrive* contendo até 03 (três) peças em áudio (spots e/ou jingles) para rádio ou meios digitais;
- c) Impressos, encadernados junto ao volume, até 03 (três) anúncios gráficos destinados à mídia impressa e/ou OOH;

1.6.1. Cada trabalho apresentado no REPERTÓRIO deverá trazer no corpo do caderno, preferencialmente, seu título, data ou período de veiculação, indicação das praças que o exibiram, ficha técnica, texto resumo com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente.

1.6.2. As concorrentes deverão priorizar a facilidade de manuseio destes elementos, evitando caixas, apresentações e envelopes que dificultem este trato, uma vez que estas embalagens não são alvo de avaliação.

- a) Para a aposição dos dispositivos de memória *flash* é recomendável o uso de envelope ou suportes similares em página específica, indicando o conteúdo salvo no dispositivo.
- b) Os dispositivos devem ser acessíveis e executáveis em computadores com o Sistema Operacional Windows 10 ou superior.

1.6.3. Serão considerados trabalhos veiculados preferencialmente com registro a partir de 01 de janeiro de 2020, sem exclusão de outras datas.

1.6.4. Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta da Prefeitura Municipal de Maceió.

1.6.5. Com exceção daquele(s) apresentado(s) pelas agências vencedoras desta Licitação, as segundas vias dos demais repertórios serão devolvidas aos Licitantes no prazo de 30 (trinta) dias contados da data da publicação do resultado da licitação no Diário Oficial do Município, conforme solicitação do licitante.

IV. CADERNO DOS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

1.7. A licitante deverá apresentar, 2 (dois) relatos de soluções de problemas de comunicação, cada um com no máximo três páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

1.8. As propostas de que trata o subitem anterior devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculada, preferencialmente, a partir de 1º de janeiro de 2020.

1.9. Os relatos deverão estar devidamente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura Municipal de Maceió seja ou tenha sido signatária.

1.9.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pelo licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

1.9.2. Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função, sendo permitido o uso de assinaturas digitais em conformidade com a Lei 14.133/2021, art. 12, inciso VII, § 2º.

1.10. Para cada relato, é permitida a inclusão de até 3 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

- I. as peças eletrônicas deverão ser fornecidas memória tipo flash (pen drive) executáveis no sistema operacional Windows 10 ou superior;
- II. as peças gráficas serão apresentadas impressas e poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não;
- III. Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação e indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

1.11. É de inteira responsabilidade da Licitante o mau funcionamento de qualquer

substrato digital apresentado como anexo e suas consequências avaliativas.

1.12. Aqui também as concorrentes deverão priorizar a facilidade de manuseio destes elementos, evitando caixas, pranchas, apresentações e envelopes que dificultem o trato por parte da comissão avaliadora, uma vez que, reiteramos, estas embalagens não são alvo de avaliação.

2. REQUISITOS DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

2.2. A Proposta de Preço deverá conter:

2.2.1. Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes no Modelo de Proposta – apêndice IV deste Estudo Técnico Preliminar, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

- a) **Sujeito a valoração e a pontuação:** Percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Maceió, sobre os CUSTOS INTERNOS, baseado na tabela de preços do ABAP/AL – Associação Brasileira de Agências de Propaganda - Seccional Alagoas;
- b) **Sujeito a valoração e a pontuação:** Honorários (em percentual) de até 4,5% (quatro e meio por cento), a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Maceió, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- c) **Sujeito exclusivamente a valoração:** honorários padronizados de 1,0% (um por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:
 - I. a cachê e a direito de autor e conexos, na sua utilização ou reutilização em peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição da peça ou material não proporcionar à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;
 - II. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;
 - III. à reimpressão ou reedição de serviços gráficos.

2.2.2. Declaração do licitante de que reverterá à Prefeitura Municipal de Maceió 1/4 (um quarto) do DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA a que fizer jus, calculado sobre o valor de cada veiculação.

2.2.3. Declaração da licitante:

- a) Comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Secretaria Municipal de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Maceió as vantagens obtidas;
- b) Informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Minuta do Contrato.
- c) Que o preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
- d) Comprometendo-se a repassar à Secretaria Municipal de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Maceió todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços.
- e) Afirmando que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.
- f) Do compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

2.3. Os trabalhos desenvolvidos internamente pela Agência serão remunerados de acordo com os valores constantes da Tabela de Custos Internos da ABAP/AL – Associação Brasileira de Agências de Propaganda - Seccional Alagoas, aplicando-se o desconto oferecido na proposta do licitante.

2.4. Não será aceito percentual de honorários superior a 4,5% (quatro e meio por cento).

2.5 O modelo textual de proposta de preço constante no apêndice é apenas referencial, sendo que a participação no certame implica diretamente na aceitação dos termos comerciais mínimos obrigatórios constantes neste Estudo Técnico Preliminar, no instrumento de convocação e na legislação em vigor.

APÊNDICE III
**CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS
PROPOSTAS**

III. APÊNDICE – CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1- ANÁLISE E PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, sobre o tema hipotético: “IPTU 2026: Você cuida de Maceió. Maceió cuida de todos.”. **com verba de R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais) e duração de 60 (noventa) dias**, conforme Briefing – Apêndice I deste Termo de Referência.

1.1 - As propostas técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definidos neste TR, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante.

1.2 - Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como elementos de julgamento técnico, os respectivos atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito, conforme definido neste documento.

1.3 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – CRITÉRIO GERAL

Em uma dimensão geral serão avaliados, em cada um dos textos dos critérios, a existência dos atributos aqui listados nas etapas desenvolvidas pela candidata, de forma objetiva, tendo o briefing e os elementos pertinentes do termo de referência como parâmetros, sempre tendo em vista o exercício simulado proposto e suas características.

1.3.1 RACIOCÍNIO BÁSICO - DETALHAMENTO DE ANÁLISE:

No subcritério de Raciocínio Básico, avalia-se a acuidade de compreensão no texto da concorrente:

- a) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação, incluindo dados elementares sobre o município e a prefeitura em questão;
- b) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela comunicação da Prefeitura Municipal de Maceió, conforme o Briefing em anexo.
- c) das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Maceió para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s), conforme o Briefing em anexo e informações complementares tratadas pela licitante;
- d) das definições presentes em briefing e objetivos dela relacionados e propostos pela concorrente de forma geral;
- e) da relação deste raciocínio com a estratégia subsequente.

1.3.2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - DETALHAMENTO DE ANÁLISE:

No subcritério que aborda a Estratégia de Comunicação Publicitária, será observado no texto desta etapa das concorrentes:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Maceió e a seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme o Briefing em anexo;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Maceió com seus públicos explicitados pela candidata e do percurso realizado para esta observação e descarte de soluções inadequadas;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Maceió conforme o Briefing em anexo;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa dos princípios diagnosticados para a estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Maceió, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível conforme seu exercício simulado proposto.
- g) a composição de pontos de contato com os diversos públicos constantes em briefing e sua tangibilidade em estratégia pertinente ao desafio proposto;
- h) as referências estratégicas capazes de alimentar os pontos fundamentais do plano de comunicação com destaque para as questões de público, forma, temporalidade e meios utilizados.

1.3.3 **IDEIA CRIATIVA - DETALHAMENTO DE ANÁLISE:**

No subcritério que aborda a Ideia criativa, serão observadas nas propostas desta etapa das concorrentes:

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Maceió, conforme o Briefing em anexo.
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante, incluindo relação com o tema proposto na Estratégia e justificativa;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo, bem como a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta junto a todos estes segmentos e de forma geral;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem, seja

em sua sintaxe visual, seja em sua perspectiva semântica;

- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta e elementos de viabilidade de decodificação da campanha nos meios que foram propostas criativamente;
- f) sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Maceió e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- g) a pluralidade dos desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados tanto de forma exemplificada, quanto de forma descritiva;
- h) a exequibilidade das peças, estratégias criativas e do material e elementos legais eventualmente necessários à campanha conforme legislação vigente;
- i) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.
- j) o manejo e adequação da linguagem e composição imagética, demonstrada em sua unidade criativa e qualidade técnica e exemplos apresentados.

1.3.4 **ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - DETALHAMENTO DE ANÁLISE:**

No subcritério que aborda a Estratégia de Mídia e Não Mídia, serão observadas nas propostas desta etapa das concorrentes:

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação e mídia dos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos, tanto demográficos quanto psicográficos, bem como uso de fontes fiáveis para embasamento.
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores e sua proporcionalidade;
- d) A clareza na apresentação dos resumos gerais da mídia e a existência dos racionais detalhados que derivam destes resumos gerais - em valores percentuais e absolutos - bem como a relação de proporção das mídias com os recursos necessários para produção e desenvolvimento gráfico e eletrônico dos conteúdos da campanha simulada;
- e) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Maceió;
- f) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material e dimensões de eficácia;
- g) A otimização da mídia segmentada, alternativa, digital e de massa;

- h) A existência de elementos que demonstrem a racionalidade das escolhas e a personalização das análises ante as necessidades específicas do cliente e do caso simulado apresentado.

1.4 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – CRITÉRIO GERAL

Em uma dimensão geral serão avaliados, no caderno específico deste critério, a existência dos atributos aqui listados tendo os elementos pertinentes do Estudo Técnico Preliminar como parâmetros fundamentais.

1.4.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO - DETALHAMENTO DE ANÁLISE

Como detalhamento objetivo da análise do caderno, observar-se-á no texto específico do critério listado os elementos a seguir, analisando as etapas propostas no termo de referência. e suas limitações e características:

- a) Na carteira de clientes, a relevância do conceito de seus clientes e/ou produtos e serviços em seus mercados específicos, bem como dimensão de atuação;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias em geral e na área específica em que estão alocados;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Maceió e as políticas de gestão afirmativa dessas pessoas durante o contrato, incluindo elementos que sinalizem estas políticas;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura física e de tecnologia da informação e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do contrato, inclusas as dimensões de hardware, software e periféricos e gestão da segurança;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Maceió e a licitante, esquematizado na proposta, incluindo sistematização clara e expressa de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, metodologias de tráfego e pautas, além das demais questões que explicitam o funcionamento e fluxo deste relacionamento;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;
- g) Dos instrumentos de formação e informação disponibilizados pela concorrente à equipe no desenvolvimento dos seus trabalhos;
- h) A existência de equipe dedicada e/ou exclusiva para o trato da conta de comunicação da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nestas condições (dedicadas, exclusivas ou eventuais) e sua consonância com as

exigências presentes neste edital e as necessidades ideais da conta publicitária em disputa.

1.5 – **REPERTÓRIO – CRITÉRIO GERAL**

Em uma dimensão geral serão avaliados, no caderno específico deste critério, a existência dos atributos aqui listados tendo os elementos pertinentes do termo de referência como parâmetros fundamentais deste conjunto criativo, sempre na busca da excelência ao atendimento da conta disputada e suas especificidades.

1.5.1 **REPERTÓRIO – DETALHAMENTO DE ANÁLISE**

Como detalhamento objetivo da análise do caderno, observar-se-á no texto específico do critério listado os elementos a seguir, analisando as etapas propostas no estudo técnico preliminar e suas limitações e características:

- a) a ideia criativa e sua adequação e pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver as atividades da Prefeitura Municipal de Maceió;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção de cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas, sua capacidade de contextualização sem perda da concisão como princípio dos casos resumidos;
- d) a exequibilidade das soluções diante das verbas propostas, não apenas pela facilidade de implantação, mas de sua relação particular com o impacto desejável junto aos públicos para as quais foram desenvolvidas;
- e) tanto a diversidade de casos, como sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Prefeitura Municipal de Maceió.

1.6 – **RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – CRITÉRIO GERAL**

Em ambos os casos, e individualmente em seus contextos, serão avaliados de forma geral, no caderno específico, a existência dos atributos aqui listados tendo os elementos pertinentes do Estudo Técnico Preliminar como parâmetros fundamentais deste conjunto casos exemplares de atuação, sempre na busca da excelência ao atendimento da conta disputada e suas especificidades.

1.6.1 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - DETALHAMENTO

Como detalhamento objetivo da análise do caderno, observar-se-á no texto específico do critério listado os elementos a seguir, analisando as etapas propostas no estudo técnico preliminar, e suas limitações e características:

- a) presença de elementos diagnósticos e prognósticos que sejam capazes de evidenciar a atividade de planejamento publicitário;
- b) na composição textual relatada, a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução apresentados nos casos de excelência escolhidos;
- c) a relevância e concretude dos resultados apresentados ao cliente, ante ao pedido realizado e referendado pelo cliente;
- d) as dimensões de fluidez e concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso.

1.7. ELEMENTOS GERAIS DE ATRIBUIÇÃO DE PONTUAÇÃO TÉCNICA, conforme análise objetiva:

1.7.1 A nota da Proposta Técnica será apurada segundo a metodologia neste edital, onde a nota máxima possível será igual a **100 (cem) pontos**.

1.7.2 A partir de valor máximo do critério serão definidas notas iguais aos licitantes detentores dos mesmos conceitos definidos pela avaliação da subcomissão técnica, evitando discrepâncias.

1.8. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos, atingindo o concorrente uma pontuação de, no máximo, **100 (cem) pontos, conforme definições contidas nos quadros a seguir:**

1.8.1 **RACIOCÍNIO BÁSICO** - Pontuação: **máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

a)	Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais da comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Maceió e conhecimento genérico dos serviços prestados pela Secretaria de Municipal de Comunicação Social em todas as áreas contempladas pelo edital.	2,0 (dois) ponto s
----	---	-----------------------------

<i>b)</i>	Adequada compreensão dos elementos do Briefing proposto da Prefeitura Municipal de Maceió, tanto em sua missão na construção do plano de comunicação institucional, quanto no âmbito da proposta simulada em questão.	4,0 (quatro) pontos
<i>c)</i>	Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação e adequação e clareza dos objetivos propostos.	4,0 (quatro) pontos

1.8.2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO - Pontuação:
máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

<i>a)</i>	a adequação do partido temático desdobrado do tema base e do conceito propostos à natureza e à qualificação das campanhas institucionais da Prefeitura Municipal de Maceió e a seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação,	4,0 (quatro) pontos
<i>b)</i>	a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático, percurso e conceito propostos pela candidata, bem como da riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Maceió com seus públicos nas mais diversas acepções;	5,0 (cinco) pontos
<i>c)</i>	Desenvolvimento, adequação/pertinência e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, incluindo as determinações do Planejamento capazes de guiar as diretrizes criativas e de mídia da proposta;	6,0 (seis) pontos
<i>d)</i>	a consistência lógica da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação, públicos, temporalidade e verba;	5,0 (cinco) pontos

1.8.3 IDEIA CRIATIVA - Pontuação:
máximo de 21 (vinte) pontos, da seguinte forma:

<i>a)</i>	Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha, em particular os desafios do briefing claramente destacados.	6,0 (seis) pontos
<i>b)</i>	Capacidade de síntese da estratégia de comunicação e manejo/adequação da linguagem, demonstrados em sua unidade criativa e qualidade técnica dos exemplos apresentados.	4,0 (quatro) pontos
<i>c)</i>	Cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida em suas diversas dimensões, incluindo a expansão não tangibilizada;	4,0 (quatro) pontos
<i>d)</i>	Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas.	7,0 (sete) pontos

1.8.4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - Pontuação:
máximo de 14 (quatorze) pontos, da seguinte forma:

<i>a)</i>	Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação (psicográficos e sócio-demográficos) e consequente capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, bem como da busca de fontes para embasar estes dados;	4,0 (quatro) pontos
<i>b)</i>	Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (cinco) pontos

<i>c)</i>	Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, incluídas métricas e rentabilidades mensuráveis e dimensões eficientes	5,0 (cinco) pontos
-----------	---	-----------------------

1.8.5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO - Pontuação:
máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

<i>a)</i>	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro) pontos
<i>b)</i>	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, presteza no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos
<i>c)</i>	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos

1.8.6 REPERTÓRIO - Pontuação:
máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

<i>a)</i>	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos
	a clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do	2,0 (dois)

<i>b)</i>	caso em que elas estão inseridas;	s) pon tos
<i>c)</i>	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quat ro) ponto s

1.8.7 RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - Pontuação:
máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

<i>a)</i>	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (trê s) pon tos
<i>b)</i>	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quat ro) ponto s
<i>c)</i>	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (trê s) pon tos

1.9 ESCALA DE AVALIAÇÃO DOS QUESITOS DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1.9.1. Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos subitens anteriores serão considerados, como notas máximas, para efeito de atribuição das notas pela subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação.

1.9.2. A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a

quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

- 1.9.3. Cada um dos critérios ou subcritérios receberá em formulário um código em letras referente ao índice alcançado e, a partir dele, serão calculados os pontos aferidos a partir do total máximo apresentado.
- 1.9.4. Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 05 (cinco) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com a seguinte escala referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito:

<i>NÍVEL</i> <i>(ESCALA)</i>	<i>CLASSIFICAÇÃO</i>	<i>PONTUAÇÃO DO</i> <i>ITEM</i>
1	Não abordado ou Erroneamente abordado	0% da nota máxima
2	Insuficientemente abordado	20% da nota máxima
3	Parcialmente abordado	40% da nota máxima
4	Satisfatoriamente abordado	70% da nota máxima
5	Totalmente abordado	100% da nota máxima

- 1.9.5. Para efeito de avaliação do item do conteúdo de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como referência os seguintes conceitos para cada um dos níveis de avaliação:

- a) **Para aferir Não abordado ou Erroneamente** abordado (0% da pontuação destinada ao critério): No subitem específico, observando as normativas construtivas propostas em edital, o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para análise do item/subitem de avaliação.
- b) **Para aferir Insuficientemente** abordado (20% da pontuação destinada ao critério): No subitem específico, observando as normativas construtivas propostas em edital, o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o tema

solicitado ou abordagem de campanha, dentro do item/subitem de avaliação.

- c) **Para aferir Parcialmente abordado** (40% da pontuação destinada ao critério): No subitem específico, observando as normativas construtivas propostas em edital, o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado no instrumento editalício do certame.
- d) **Para aferir Satisfatoriamente abordado** (70% da pontuação destinada ao critério): Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica esperada e descrita no instrumento editalício do certame.
- e) **Para aferir Totalmente abordado** (100% da pontuação destinada ao critério): Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado. Trabalho com evidente excelência qualitativa segundo as necessidades do edital.

1.9.6. A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os incisos IV, V e VI do § 4º da Lei nº 12.232/2010.

1.9.7. As pontuações serão dadas individualmente por cada um dos avaliadores sorteados conforme rito da legislação em vigor. Após este processo, os três avaliadores se reunirão para comparar as pontuações e discutir em regime colegiado os resultados, comentando sempre que houver dissenso sobre os critérios auferidos.

1.9.8. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima atribuída à cada candidata no quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das avaliações, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital e em restrito atendimento ao exigido pela Lei nº 12.232/2010.

- a) Não havendo novo consenso neste diálogo, nos casos da diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.
- b) Mesmo com a discussão colegiada, os avaliadores apresentarão conforme legislação em vigor relatórios com as planilhas individuais de notas seguindo os demais critérios estabelecidos para as escalas em cada categoria.

1.10 DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1.10.1 Como critério geral só poderão ser desclassificadas as propostas que ferirem a estrutura apócrifa do envelope não-identificado ou descumprirem os elementos obrigatórios dos textos e volumes de modo a não permitir a sua avaliação nestas condições.

- a) A subcomissão técnica é soberana ao avaliar as condições acima descritas e terá como parâmetro o Art. 59 da Lei nº 14.133/2021, utilizada como regulamento coadjuvante a partir de sua promulgação para os processos licitatórios de publicidade, em substituição a Lei nº 8.666/1993.

1.10.2 Será desclassificada a proposta que:

- a) Não atender as exigências técnicas do edital de modo deliberado, contrariando instruções obrigatórias do briefing.
- b) Não alcançar, no total, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos.
- c) Obter pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos de análise.

1.10.3 As propostas técnicas serão classificadas pela ordem decrescente de pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos, respeitado o mínimo de 50 (cinquenta) pontos para classificação.

III.2 PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

2.1 A avaliação dos itens de cada proposta de preços, conjuntamente, será efetuada de acordo com os critérios estabelecidos na tabela a seguir:

ITEM	DESCONTO	NOTA
1	Desconto (em percentual) a ser concedido à Prefeitura Municipal de Maceió, sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados no guia referencial de preços do SINAPRO/AL - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Alagoas. Percentual mínimo de desconto: 30%	- Desconto inferior a 30% : Nota = 0,00 - Desconto igual ou superior a 30%: <i>O valor da pontuação será calculado pela fórmula a seguir:</i> Nota = 0,7 x DC <i>Onde DC é o desconto concedido na</i>

	(trinta por cento)	<i>proposta da concorrente</i>
2	Honorários (em percentual) a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Maceió, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada. Percentual máximo de honorários: 4,5% (quatro e meio por cento)	- Honorário superior a 4,5%: Nota = 0,00 - Honorário igual ou inferior a 4,5%: <i>O valor da pontuação será calculado pela fórmula a seguir:</i> $\text{Nota} = 4 \times (15 - H)$ <i>Onde H é o honorário a ser cobrado presente na proposta da concorrente</i>

2.2 As propostas comerciais serão classificadas pela ordem crescente de preços propostos, representados pelo somatório das notas atribuídas aos itens da tabela indicada anteriormente.

2.3 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados ou vinculados a outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

2.4 Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Licitação considerará o preço por extenso.

2.5 A pontuação total máxima a ser obtida na etapa de preços é de 100 (cem) pontos, para fins de paridade com a nota técnica e manutenção dos pesos estabelecidos.

- a) A pontuação total que trata este item refere-se a nota final de preço a ser obtida pelas somas das pontuações conforme observado nas tabelas anteriormente apresentadas.
- b) Caso a soma das pontuações dos descontos exceda o total de 100 (cem pontos), será considerado este valor a nota máxima, sendo os pontos que excederem os cem pontos desconsiderados para o cálculo da pontuação de preço.
- c) Os demais preços e condições da proposta de preços devem estar presentes na proposta anexada, conforme modelo apresentado neste estudo técnico preliminar, mesmo que não sejam diretamente alvo de pontuação pelas candidatas.

III. CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS (PONTUAÇÃO FINAL)

3.1. A classificação das propostas far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos estabelecidos neste estudo técnico preliminar, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

3.1.1.
$$\text{Nota Final} = (\text{Nota Técnica} \times 0,70) + (\text{Nota de Preços} \times 0,30)$$

- 3.2. A classificação final será efetuada em ordem decrescente de notas finais. Será considerada vencedora do certame a empresa que obtiver a maior pontuação final.
- 3.3. Se houver empate na classificação das empresas na fase de julgamento, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, no plano de comunicação publicitária (envelope 01), aos demais quesitos de comunicação publicitária (envelope 3) e, por fim, a pontuação obtida na proposta financeira (envelope 4).
- 3.4. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão de Licitação, cuja data será divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

APÊNDICE IV

**MODELO DAS PROPOSTAS DE
PREÇO**

Este texto é um apenas um modelo referencial ante as necessidades padronizadas deste tipo de concorrência e deve ser alocado em timbrado das proponentes e ajustado as condições necessárias do processo em andamento.

À

PREFEITURA DE MACEIÓ

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO - CEL

Ref: Processo Licitatório 0xx/2025 – Concorrência 00x/2025 CEL

OBJETO: O objeto da presente concorrência é a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo 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 institucional de competência da respectiva Prefeitura Municipal de Maceió.

[*Nome da empresa*], inscrito no CNPJ [*Número*], com endereço na [*Informe endereço*] por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) [*Nome do representante*], portador(a) da Carteira de Identidade [*Número*] e do CPF [*Número*], apresenta a proposta abaixo:

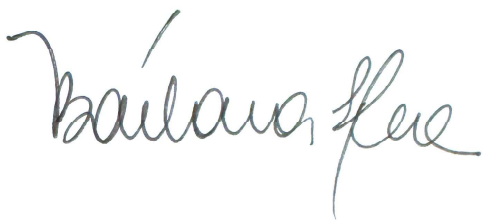
1. Remuneração proposta:

Apresentamos a proposta de preços referente à licitação acima identificada, conforme discriminação abaixo:

- a) percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Maceió, sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados na tabela de preços do ABAP/AL – Associação Brasileira das Agências de Propaganda - Seccional Alagoas: XX % (por extenso);
(aqui o percentual mínimo é de 30%)
- b) honorários (em percentual) a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Maceió, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: XX % (por extenso).
(aqui o percentual máximo é de 4,5%).
- b.1) honorários de 1,0% (um por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:
 - I. a cachê e a direito de autor e conexos, na sua utilização ou reutilização em peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição da peça ou material não proporcionar à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;
 - II. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;
 - III. à reimpressão ou reedição de serviços gráficos.
2. Declaro que a proponente reverterá à Prefeitura Municipal de Maceió 1/4 (um quarto) do DESCONTO- PADRÃO DE AGÊNCIA a que fizer jus, calculado sobre o valor de cada veiculação.
3. Outras declarações da proponente:
 - a) Comprometo-me a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos,

- quando for o caso, transferindo à Prefeitura Municipal de Maceió as vantagens obtidas;
- b) Informo estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Minuta do Contrato
 - c) O preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
 - d) Comprometo-me a repassar à Prefeitura Municipal de Maceió todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços.
 - e) Afirmo que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.
 - f) Comprometo-me a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.
 - g) Comprometo-me a seguir todas as demais exigências em edital, declarando-me ciente do seu conteúdo.
4. Os trabalhos desenvolvidos internamente pela Agência serão remunerados de acordo com os valores constantes no Guia Referencial de Custos Internos da ABAP/AL – Associação Brasileira das Agências de Propaganda – Seccional Alagoas, aplicando-se o desconto oferecido na proposta do licitante.
5. Prazo de validade da proposta: mínimo de 90 (noventa) dias contados da data da entrega dos envelopes à Comissão Especial de Licitação.

Maceió, 01 de agosto de 2025.



**Bárbara Polyanne
Silva**

Diretora de Publicidade e
Marketing

ANEXO I do Termo de Referência

**GUIA REFERENCIAL DE CUSTOS
INTERNOS**

ABAP AL 2025



**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE**

TABELA DE CUSTOS INTERNOS		2025
JORNAL		2025
1.	Menor ou igual a 1/4 de página	R\$ 2.500,93
2.	Até 1/3 de página	R\$ 2.922,77
3.	Até 1/2 de página	R\$ 4.118,93
4.	Até 2/3 de página	R\$ 4.594,52
5.	Até 1 página	R\$ 6.236,82
6.	Até Página Dupla	R\$ 10.206,48
REVISTA		
7.	Até ½ página	R\$ 3.057,91
8.	Até 1 página	R\$ 4.784,25
9.	Página Dupla	R\$ 7.414,31
ANÚNCIO LEGAL		
10.	Até 1/4 página	R\$ 1.582,70
11.	Até ½ página	R\$ 2.965,68
12.	Até 1 página	R\$ 5.647,91
13.	Página Dupla	R\$ 9.880,59
IMPRESSOS / FOLDERS*		
14.	Capa de Agenda	R\$ 3.305,78
15.	Capa de CD/ DVD	R\$ 4.732,83
16.	Capa de Relatório / Caderno / Revista	R\$ 5.946,80
17.	Catálogo (qualquer tamanho)/ Encarte Varejo*	R\$ 1.260,02
18.	Cinta para Jornal	R\$ 3.057,91
19.	Encarte Jornal / Revista*	R\$ 4.072,08
20.	Folder com página igual ou maior que A4, até 8 páginas*	R\$ 1.782,47
21.	Folder com página igual ou maior que A4, acima de 8 páginas*	R\$ 1.567,36
22.	Folder com página menor que A4, até 8 páginas*	R\$ 1.567,36
23.	Folder com página menor que A4, acima 8 páginas*	R\$ 1.256,36
24.	Envelope / Caixa especial para Folder	R\$ 4.072,08
25.	Folheto / Panfleto / Volante (com página até tamanho A5)	R\$ 1.780,08
26.	Folheto Técnico / Manual Técnico*	R\$ 1.782,47
27.	House Organ (Jornal de empresas)-Diagramação*	R\$ 768,30
28.	House Organ (Jornal de empresas)-Projeto Gráfico	R\$ 4.072,08
29.	Mala	R\$ 4.708,09
30.	Relatório - Diagramação*	R\$ 1.782,47
*PREÇO POR PÁGINA. Dobras especiais devem ser negociadas a parte.		
PAPELARIA		
31.	Bloco de Anotações (capa, uma folha de miolo e capa do verso)	R\$ 1.183,21
32.	Cartão de Visita	R\$ 2.320,30
33.	Variação de nomes e endereços (20% do valor unitário)	R\$ 476,33
34.	Envelope Pequeno	R\$ 1.183,21
35.	Envelope Saco/Ofício	R\$ 1.183,21
36.	Papel Carta	R\$ 1.183,21
37.	Papel Embrulho / Presente / Sacolas	R\$ 2.320,30
38.	Papel de Parede	R\$ 2.320,30
39.	Pasta	R\$ 2.320,30
IDENTIDADE CORPORATIVA		
40.	Marca de Empresa	R\$ 15.828,57

41.	Marca + Papeleria básica	R\$ 17.709,93
42.	Marca de Produto	R\$ 12.574,37
43.	Imobiliário ou Eventos	R\$ 5.755,34
44.	Reformulação de Marca	R\$ 8.223,82
45.	Selo Comemorativo	R\$ 5.412,64
46.	Manual de Identidade Visual (por página)	R\$ 906,61
47.	Slogan	R\$ 7.508,32
48.	Uniforme	R\$ 2.339,39
49.	Placas de sinalização para portas, estacionamento, etc.(unidade)	R\$ 215,12
EMBALAGENS		
50.	Embalagem de produto (caixa, saco, lata, etc.)	R\$ 13.024,90
51.	Adaptação / reformulação de embalagem (para linha de produtos)	R\$ 6.494,57
52.	Rótulo	R\$ 11.654,77
53.	Reformulação / adaptação de Rótulo	R\$ 5.458,75
54.	Display para folder e produtos	R\$ 6.069,71
SPOT DE RÁDIO		
55.	SPOT 30"	R\$ 1.932,66
56.	SPOT 45"	R\$ 1.982,24
57.	SPOT 60"	R\$ 2.761,88
	Obs.: Custos de criação e acompanhamento de produção. Não estão incluídos produtora, edição, áudio, trilhas, cachês locutores.	
FONOGRAMA (jingle/trilha)		
58.	Jingle institucional 30"	R\$ 4.115,11
59.	Jingle institucional 45"	R\$ 4.901,87
60.	Jingle institucional 60"	R\$ 5.823,83
	Obs.: 1) Jingle promocional = 60% do valor correspondente ao institucional; 2) Este custo inclui criação simples, com cópia em CD. Não estão incluídos os cachês de intérprete, arranjo, músico e nem produtora.	
VT		
61.	30"	R\$ 6.263,21
62.	60"	R\$ 8.091,44
63.	Cartelas eletrônicas para varejo (unidade)	R\$ 1.085,41
64.	Varejo: Troca de ofertas	R\$ 983,43
	Obs.: 1) Custos de criação e acompanhamento de produção. Não estão incluídos produtora, edição, áudio, trilhas, direção, artes, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas. 2) No caso da criação de cartelas desenvolvidas com uso de ilustrações criadas especificamente para o filme, o valor será por ilustração.	
ASSINATURA		
65.	Vinheta Eletrônica (storyboard e roteiro)	R\$ 1.466,98
	Obs.: Custo de criação e acompanhamento de produção. Não estão incluídos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, direção e todos os custos que envolvem fornecedores.	
ÁUDIO VISUAL / DOCUMENTÁRIO		
66.	Qualquer segmento	R\$ 4.801,06
	Obs.: 1) Custos de criação e de acompanhamento de produção. Não estão incluídos os custos de produtora, edição fotografia, ilustração especial, logotípi, áudio, trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, cópias e despesas operacionais. 2) Esse valor se refere a trabalhos com até 3 minutos. Para trabalho de audiovisual / documentário com mais de 3 minutos, será cobrado R\$ 1.100,00 por minuto.	
OUTDOOR / MÍDIA EXTERIOR		
67.	Outdoor	R\$ 4.881,27
68.	Backbus	R\$ 4.206,36
69.	Lateral de ônibus	R\$ 3.129,39
70.	Busdoor	R\$ 2.936,10
71.	Envelopamento de automóvel (preço mínimo)	R\$ 3.918,42
72.	Painel frontal -Ponto de ônibus	R\$ 3.918,42
73.	Painel lateral -Ponto de ônibus	R\$ 2.658,37

74.	Lightdoor / Backlight/ Frontlight	R\$ 5.997,03
75.	Muro / Tapume	R\$ 5.547,26
76.	Postdoor / placa de esquina	R\$ 1.265,02
77.	Balão Promocional	R\$ 989,67
78.	Relógio Digital	R\$ 2.781,32
79.	Placa/Painel sinalização	R\$ 1.015,66
80.	Placa/ Painel - empreendimento/rodovia	R\$ 3.918,42
81.	Estandarte / Galhardete / Faixa Avião / Faxe Rua	R\$ 1.170,94
82.	Empena de Prédio (avaliar caso a caso) - Preço mínimo	R\$ 7.344,28

MATERIAL PROMOCIONAL		
83.	Adesivo	R\$ 1.417,79
84.	Adesivo de chão	R\$ 3.425,86
85.	Camisa	R\$ 1.851,84
86.	Bandeira	R\$ 1.548,48
87.	Bandeirola (frente e verso)/ Móvil Simples	R\$ 2.177,75
88.	Móvil com facas especiais	R\$ 2.658,36
89.	Banner recorte	R\$ 1.329,84
90.	Banner Policromia	R\$ 2.663,18
91.	Bonê/ Chaveiro / Crachá / Caneta / Imã de geladeira / Brindes simples	R\$ 1.404,43
92.	Broadside (por página)	R\$ 3.083,50
93.	Capa Carnê	R\$ 1.210,52
94.	Cartão de Natal Padrão	R\$ 3.205,91
95.	Cartaz A3 ou maior	R\$ 2.781,32
96.	Cartaz p/ Varejo	R\$ 2.074,46
97.	Copo / Caneca	R\$ 1.183,21
98.	Cupom	R\$ 1.106,38
99.	Diploma	R\$ 2.074,46
100.	Display Balcão/Parede	R\$ 1.167,37
101.	Faixa de Gondola / Stopper	R\$ 2.658,36
102.	Sacola	R\$ 1.282,42
103.	Convite Padrão	R\$ 1.496,20
104.	Calendário (p/ página)	R\$ 904,30
105.	Inflável	R\$ 1.321,51
106.	Tag de preço	R\$ 814,40

MÍDIA ELETRÔNICA E INTERNET		
107.	Banner -Formatos:Gif animado e Animado	R\$ 2.037,29
108.	Banner Formato Especial - Formatos: Interativo	R\$ 3.743,11
109.	WEB SITE CORPORATIVO - Criação das interfaces, arquitetura de informação, conteúdo e finalização html, csse javascript. Até 20 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total.	R\$ 23.095,65
110.	WEBSITE CORPORATIVO COM SISTEMAS DE GESTÃO DE CONTEÚDO. No caso de interfaces, arquitetura de informação e conteúdo criados pela agência, mas finalizado por terceiros com sistema de gestão de conteúdo (Site Dinâmico). Até 20 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total.	R\$ 13.860,48
111.	HOTSITE de evento e promocional – Até 5 Páginas, cobrar de cada página extra mais 5% do valor total.	R\$ 6.930,22
112.	Newsletter (mala direta via e-mail)	R\$ 2.781,32
113.	Apresentação em Power point- Até 30 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total. Formato: Executável para PC e MAC. Não estão incluídas as cópias da mídia, nem produções externas.	R\$ 8.427,88
MÍDIA ELETRÔNICA E INTERNET		
114.	Apresentação digital com estrutura de navegação - Até 20 páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total. Formato: Executável para PC e MAC. Não estão incluídas as cópias da mídia, nem produções externas.	R\$ 13.860,48
115.	Apresentação digital com estrutura de navegação com locução e Produção de conteúdo, montagem de fotos e dados informativos com locução. Até 30 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total. Formato: Arquivo executável para PC e MAC, com locução. Não estão incluídas as cópias da mídia, nem produções externas.	R\$ 23.095,65
116.	Apresentação em DVD e Produção de conteúdo, montagem de fotos e dados informativos com ou sem locução. Até 30 Páginas, cobrar de cada página a mais 5% do valor total.	R\$ 23.095,65
117.	Formato: DVD sem estrutura de navegação (menus). Não estão incluídas as cópias da mídia.	R\$ 23.095,65
Obs.: 1) Orçamentos podem sofrer alterações conforme a quantidade de conteúdo a ser inserida no trabalho;		
2) A produção de fotos, ilustração, vídeo ou computação gráfica não estará incluída nestes valores.		

MÍDIA ELETRÔNICA E INTERNET		
107.	Banner -Formatos:Gif animado e Animado	R\$ 2.037,29
108.	Banner Formato Especial - Formatos: Interativo	R\$ 3.743,11
109.	WEB SITE CORPORATIVO - Criação das interfaces, arquitetura de informação, conteúdo e finalização html, csse javascript. Até 20 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total.	R\$ 23.095,65
110.	WEBSITE CORPORATIVO COM SISTEMAS DE GESTÃO DE CONTEÚDO. No caso de interfaces, arquitetura de informação e conteúdo criados pela agência, mas finalizado por terceiros com sistema de gestão de conteúdo (Site Dinâmico). Até 20 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total.	R\$ 13.860,48
111.	HOTSITE de evento e promocional – Até 5 Páginas, cobrar de cada página extra mais 5% do valor total.	R\$ 6.930,22
112.	Newsletter (mala direta via e-mail)	R\$ 2.781,32
113.	Apresentação em Power point- Até 30 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total. Formato: Executável para PC e MAC. Não estão incluídas as cópias da mídia, nem produções externas.	R\$ 8.427,88
MÍDIA ELETRÔNICA E INTERNET		
114.	Apresentação digital com estrutura de navegação - Até 20 páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total. Formato: Executável para PC e MAC. Não estão incluídas as cópias da mídia, nem produções externas.	R\$ 13.860,48
115.	Apresentação digital com estrutura de navegação com locução e Produção de conteúdo, montagem de fotos e dados informativos com locução. Até 30 Páginas, cobrar a cada página extra mais 5% do valor total. Formato: Arquivo executável para PC e MAC, com locução. Não estão incluídas as cópias da mídia, nem produções externas.	R\$ 23.095,65
116.	Apresentação em DVD e Produção de conteúdo, montagem de fotos e dados informativos com ou sem locução. Até 30 Páginas, cobrar de cada página a mais 5% do valor total.	R\$ 23.095,65
117.	Formato: DVD sem estrutura de navegação (menus). Não estão incluídas as cópias da mídia.	R\$ 23.095,65
Obs.: 1) Orçamentos podem sofrer alterações conforme a quantidade de conteúdo a ser inserida no trabalho;		
2) A produção de fotos, ilustração, vídeo ou computação gráfica não estará inclusa nestes valores.		

SERVIÇOS DIGITAIS		
ANÚNCIOS DISPLAY		
PEÇA/TIPO		PREÇO REFERÊNCIA
Master (quaisquer dimensões)		R\$ 3.990,82
Adaptação (quaisquer dimensões)		R\$ 1.590,97
Reaplicação (ajustes de especificações para outros veículos)		R\$ 466,60
Adaptação (quaisquer dimensões)		R\$ 1.751,32
Reaplicação (ajustes de especificações para outros veículos)		R\$ 525,88
*Considerando horas de motion e reaplicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN), 18 formatos.		
FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS		
PEÇA		DIMENSÕES-PIXEL
Arranha-céu (skycraper)		120 x 600
Arranha-céu largo (wide skycraper)		160 x 600
Banner		468 x 60
Super banner (cabeçalho)		728 x 90
Super banner expansível		728 x 90 - 728 x 300
Giga banner (cabeçalho grande)		970 x 90
Retângulo		180 x 150
Retângulo médio		300 x 250
Retângulo grande		336 x 280
Retângulo vertical		240 x 400
Barra vertical		200 x 446
Quadrado		250 x 250
Quadrado pequeno		200 x 200
Meia página (half page)		300 x 600
Outdoor (billboard)		970 x 250
Dhtml / Folder		Variável, até 72.200 px de área

MOBILE		
Feature Phones		
Small banner		120 x 20
Medium banner		168 x 28
Large banner		216 x 36
Feature Phones		
Banner e banner expansível		300x 50
Wide banner e wide banner expansível		320 x 50
Interstitial ADS		300 x 250

Observação: Formatos padrão IB e Rede Display Google (GDN). Sujeito a alteração.

OUTRAS PEÇAS		
PEÇA		CRIAÇÃO/ FINALIZAÇÃO
Post simples/Anúncio redes sociais (jpg/gifs + texto)		R\$ 3.585,20
Post Carrossel (jpg/gifs + texto)		R\$ 7.170,39
Cover para redes sociais		R\$ 3.585,20
		CRIAÇÃO/ ANIMAÇÃO/ PROGRAMAÇÃO
Anúncios para tablet horizontal ou vertical		R\$ 7.983,44
Anúncios para tablet horizontal e vertical		R\$ 11.974,66

BUSINESS INTELLIGENCE		
SERVIÇO/ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
Análise de BI		
Análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações. A análise consiste na interpretação dos dados tabulados extraindo informações relevantes para a validação da estratégia e objetivos definidos para a ação (KPIs), gerando relatório de recomendações para a implementação de correções ou ajustes nas diversas ações em desenvolvimento. disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações.		R\$ 7.183,79
Observação: Análise estimada para campanhas de porte médio, com até 5 canais digitais diferentes.		

CAMPANHAS DIGITAIS		
SERVIÇO/ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO DE CAMPANHA		
Planejamento Estratégico de Campanhas Digitais		
A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de BI e Mídia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.		R\$ 37.735,09
Planejamento de Mídia para Campanhas Digitais		
A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, somados as informações do planejamento estratégico da campanha, a equipe de mídia definirá: canais digitais que melhor atendem a estratégia definida, volume de mídia em cada canal, plano de mídia padrão com todo o detalhamento técnico dos canais escolhidos, KPIs, modelos e periodicidade de relatório para o cliente.		R\$ 25.762,51
Observação: Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais.		

GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE		
Rede de Pesquisa (Links Patrocinados)		20% da veba gerenciada
Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.		
Rede de Display		20% da veba gerenciada
Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.		
Programática		20% da veba gerenciada
Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.		
Observação: Preço mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$ 5.400/mês.		

REDES SOCIAIS	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS	
• Diagnóstico da presença nas redes sociais • Definição dos objetivos a serem atingidos • Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma • Criação de guia de conteúdo, incluindo a identidade visual, recursos a ser utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial e volumetria • Definição de métricas para acompanhamento • Definição de ferramentas para análise de desempenho	R\$ 29.076,36
GESTÃO DE REDES SOCIAIS	

Gestão de Canais e Conteúdo • Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação • Publicação de conteúdo próprio ou de terceiros • Planejamento recorrente dos temas abordados no mês • Customização das fanpages com o mote do período • Gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo junto ao cliente • Volumetria: até 03 redes sociais, postagens nas seguinte quantidades: Facebook 3 posts/semana, Twitter 1 post/dia, Instagram 2 posts/semana • Insights para a produção de conteúdo • Entrega e apresentação de relatório mensal	R\$ 13.323,98
Gestão de Monitoramento / mês • Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 8.000 menções/mês) • Monitoramento de interações das pessoas com a marca e com as postagens • Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados • Monitoramento de menções e temperatura de humor • Monitoramento de resultados de ações e campanhas • Indicadores de desempenho (KPIs) • Acordo de Nível de Serviço 5x8 • Entrega e apresentação de relatório mensal	R\$ 8.338,05
Gestão de Relacionamento / mês	

SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
PLANEJAMENTO mes	
• 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 mais 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 Semântico para qualificação da audiência desejada • Definição da estratégia de Gestão de Autoridade • Definição de Metas e KPIs	R\$ 25.121,12
GESTÃO	
Diagnóstico e Setup Inicial do Canal / mês • Apontamento de otimizações da estrutura da informação no site • Melhorias no 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 • Análises 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	R\$ 13.267,88
Preço para 20 sessões/templates	



Gestão de SEO / mês	
• Orientações 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.	R\$ 10.155,34
Escopos e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especificação funcional semelhante aos citados nesta tabela.	
WEBSITE	

SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Responsivo com 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias, Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Painei de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 39.659,28

SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Responsivo com 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias, Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Painei de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 39.659,28

HOTSITE		
SERVIÇO/ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
Hotsite de evento com 8 seções: Home, Sobre o Evento, Como Chegar, Agenda, Palestrantes, Patrocinadores, Formulário de Contato, Formulário de Inscrição simples, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Pannel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores. Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Pannel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.		R\$ 22.831,95
MOBILE SITE		
SERVIÇO/ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
Versão de um website já existente. 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias (fotos, vídeos), Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Pannel de Administração para atualização de conteúdo. HTML, desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes em até 10 resoluções diferentes de dispositivos móveis.		R\$ 23.731,43
BLOG		
SERVIÇO/ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
Responsivo com 5 seções: Home, Categoria de conteúdo, Conteúdo, Resultados de Busca e Fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Pannel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.		R\$ 15.393,36
LANDING PAGE		
SERVIÇO/ESCOPO		PREÇO REFERÊNCIA
Página única de campanha já definida no planejamento, responsiva, com os seguintes elementos: Até 3 banners em slider, até 2 blocos de textos, até 10 imagens, até 3 vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.		R\$ 7.611,37
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. Pannel 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.		R\$ 61.573,44
Observação: O preço não inclui produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.		

E-COMMERCE	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
E-commerce para empresas de pequeno e médio porte com nível de maturidade média em venda on-line. Layout e desenvolvimento front-end e back-end. Personalização das seguintes páginas: Home, Categoria de Produtos, Produto, Carrinho de Compras, Finalização de Pedido, Resultados de Busca, Institucional. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 51.524,99
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	PREÇO/REFERÊNCIA
Criação e produção do HTML Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração.	R\$ 3.585,20
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.	Sob consulta

NEWSLETTER	
SERVIÇO/ESCOPO	PREÇO/REFERÊNCIA
Criação e produção do HTML Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração. *Conteúdo especializado produzido pelo cliente.	R\$ 3.585,20
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.	Sob consulta

MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL	
PROJETOS - CUSTOS VARIÁVEIS	
Custos referenciais hora-homem para planejamento, criação, execução e gestão de projetos digitais, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis. EXEMPLOS: 1) Site, mobile site, hot site, e-commerce, landing page, blog e mobile app. 2) Análise de presença, Planejamento e Gestão de marcas em redes sociais. 3) Planejamento e Gestão de campanhas digitais. 4) Planejamento, setup e gestão de SEO. 5) Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais, etc. 6) Criação e produção de Intervenções diferenciadas.	
O orçamento final será baseado em três pilares essenciais: 1- Detalhamento claro do escopo de trabalho 2- Metodologia para execução e gestão de projeto 3- Tecnologia adotada	

MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL	
ÁREAS	VALORES REFERENCIAIS DE HORA-HOMEM
1) Planejamento	R\$ 406,00 a 488,25
2) Atendimento e Gestão	R\$ 314,33 a 407,00
3) Design/Criação	R\$ 314,33 a 407,00
4) Produção de Conteúdo (web ou redes sociais)	R\$ 282,66 a 345,34
5) Programação	R\$ 243,35 a 325,82

APÊNDICE IV

MODELO DAS PROPOSTAS DE PREÇO

Este texto é um apenas um modelo referencial ante as necessidades padronizadas deste tipo de concorrência e deve ser alocado em timbrado das proponentes e ajustado as condições necessárias do processo em andamento.

À

PREFEITURA DE MACEIÓ

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO - CEL

Ref: Processo Licitatório 0xx/2025 – Concorrência 00x/2025 CEL

OBJETO: O objeto da presente concorrência é a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo 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 institucional de competência da respectiva Prefeitura Municipal de Maceió.

[*Nome da empresa*], inscrito no CNPJ [*Número*], com endereço na [*Informe endereço*] por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) [*Nome do representante*], portador(a) da Carteira de Identidade [*Número*] e do CPF [*Número*], apresenta a proposta abaixo:

1. **Remuneração proposta:**

Apresentamos a proposta de preços referente à licitação acima identificada, conforme discriminação abaixo:

a) percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Maceió, sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados na tabela de preços da ABAP/AL - Associação Brasileira de Agências de Publicidade: XX % (por extenso);

(aqui o percentual mínimo é de 30%)

b) honorários (em percentual) a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Maceió, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: XX % (por extenso).

(aqui o percentual máximo é de 4,5%).

b.1) honorários de 1,0% (um por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I. a cachê e a direito de autor e conexos, na sua utilização ou reutilização em peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição da peça ou material não proporcionar à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

II. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;

III. à reimpressão ou reedição de serviços gráficos.

2. Declaro que a proponente reverterá à Prefeitura Municipal de Maceió 1/4 (um quarto) do DESCONTO- PADRÃO DE AGÊNCIA a que fizer jus, calculado sobre o valor de cada veiculação.

3. Outras declarações da proponente:

- a) Comprometo-me a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Prefeitura Municipal de Maceió as vantagens obtidas;
- b) informo estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Minuta do Contrato;
- c) O preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
- d) Comprometo-me a repassar à Prefeitura Municipal de Maceió todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços.
- e) Afirmo que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.
- f) Comprometo-me a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

4. Os trabalhos desenvolvidos internamente pela Agência serão remunerados de acordo com os valores constantes no Guia Referencial de Custos da ABAP/AL, aplicando-se o desconto oferecido na proposta do licitante.

5. Prazo de validade da proposta: mínimo de 90 (noventa) dias contados da data da entrega dos envelopes à Comissão Especial de Licitação.

[Local], [dia] de [mês] de [ano].

[Nome do representante]

[Nome da empresa]

ANEXO I
GUIA **REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS**
ABAP AL 2025

ANEXO II

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO Nº XXXX / ANO

O MUNICÍPIO DE MACEIÓ, por intermédio da Secretaria Municipal de Comunicação - SECOM, sediada em O(A)....., CNPJ nº, sediada em....., doravante designada CONTRATANTE, neste ato representado(a) pelo, CPF nº, residente e domiciliado nesta cidade, e a empresa, CNPJ nº....., estabelecida no, doravante denominada CONTRATADA, neste ato representada por, portador do CPF nº....., residente e domiciliado em, têm, entre si, acordado os termos deste contrato, objeto da Concorrência nº XX/2025, Processo nº, mediante os termos e condições a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA – LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pela Lei nº 14.133/2021 e, de forma complementar, pela Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 03/2018, Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023, e observadas as regras estabelecidas na Lei nº 12.232/2010 aplicáveis a este objeto, nos termos do Acórdão nº 6.227/2016-TCU-2ª Câmara.

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da **Concorrência nº XX/ 2025**, seus Anexos e Apêndices, bem como as Propostas Técnica e de Preços das contratadas, os quais constituem parte deste instrumento.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de comunicação Publicitária, referentes à:

a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e análise de soluções de comunicação Publicitária, no âmbito deste contrato;

b) criação e execução técnica de ações e/ou peças de comunicação Publicitária.

c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação Publicitária, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdo do CONTRATANTE, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias.

2.2. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação Publicitária que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.3. O planejamento previsto na alínea ‘a’ do subitem 2.1 objetivas subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação Publicitária para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de performance e de resultados.

2.4. Os serviços previstos no subitem 2.1 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação Publicitária do órgão/entidade, na disseminação de informações junto à sociedade.

2.5. Para execução do objeto deste contrato, as demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar o órgão/entidade na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação, abrangendo:

a) Produtos e Serviços Essenciais que contemplam a expertise básica das contratadas na execução do objeto deste contrato, sendo os itens previamente especificados e precificados pela CONTRATANTE, com os respectivos quantitativos estimados de execução, no Anexo I do edital;

2.6. Os Produtos e Serviços Essenciais contemplam as necessidades elementares da CONTRATANTE relativas ao objeto da contratação e estão agrupados no catálogo constante do Anexo I do edital, de acordo com sua finalidade e afinidade.

2.6.1.1. As especificações dos Produtos e Serviços Essenciais mencionadas no subitem anterior poderão ser aperfeiçoadas pela CONTRATANTE, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento das informações com a prática vivenciada com a CONTRATADA, no decorrer da execução contratual.

2.7. Não será permitida a subcontratação de fornecedores especializados pela contratada para a execução dos Produtos e Serviços Essenciais, especificados no Anexo I do edital.

2.8. Os preços apresentados para execução de quaisquer produtos ou serviços são da exclusiva responsabilidade da contratada, não lhe cabendo pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

2.9. A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pela CONTRATANTE.

CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA

1.1. A presente contratação terá vigência de 12 (doze meses), podendo ser prorrogada pela Administração Pública, nos termos do art. 108, da Lei nº 14.133/2021, pelo prazo de até 10 (dez) anos, por se tratar de prestação de serviços de natureza continuada, mediante a celebração do competente Termo Aditivo.

CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 O valor deste contrato está estimado em R\$ XXXXXXXXXXXX (XXXXXXXXXXXXXXXXXX), pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.1.1. 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.

4.2. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento Geral do Município.

4.3 A contratação será atendida pela seguinte dotação: **XXXXXXXXXX**

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

4.5 O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4.6. No interesse do CONTRATANTE, a contratada ficará obrigadas a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme disposto no art. 125 da Lei nº 14.133/21.

4.7 Se o CONTRATANTE optar pela prorrogação dos contratos que vierem a ser assinados, serão consignadas nos próximos exercícios, no Plano Plurianual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.7.1. Na prorrogação, o CONTRATANTE poderá renegociar os preços praticados com a contratada, em decorrência deste certame, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

4.8. O CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos preços praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nos preços do mercado, por meio de termo aditivo.

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da contratada, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

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

5.1.2. Fornecer os produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.1.3. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, mediante demanda da CONTRATANTE.

5.1.4. Exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela CONTRATANTE.

5.1.5. Obter a autorização prévia da CONTRATANTE, por escrito, para realizar qualquer despesa relacionada com este contrato.

5.1.6. 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 especializados, desde que as ocorrências não tenham sido por eles causadas.

5.1.7. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.

5.1.8. 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.

5.1.8.1. Prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à Internet por meio de banda larga (com e sem fio), microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

5.1.8.2. Alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com a CONTRATANTE, observados os perfis necessários para cada atividade constante da execução contratual.

5.1.9. Manter, por si e por seus prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que lhe sejam fornecidas, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

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

5.1.11. Manter a confidencialidade e o sigilo, conforme definido pela CONTRATANTE, se comprometendo, por si e seus prepostos, a não repassar o conhecimento das informações confidenciais, responsabilizando-se por todas as pessoas que vierem a ter acesso às informações, por seu intermédio, e obrigando-se, assim, a ressarcir a ocorrência de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.

5.1.12. 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.

5.1.13. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.

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

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

5.1.16. Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.17. Responder perante a CONTRATANTE por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.

5.1.18. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas para a CONTRATANTE.

5.1.19. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados e prepostos, 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 deste contrato.

5.1.20. Em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, adotar 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, reembolsar à CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.21. 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.

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

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

5.1.24. 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. 144, da Lei nº 14.133/2021.

5.1.25. Observar as condições para fornecimento de produtos e de serviços à CONTRATANTE estabelecidas no Edital que deu origem a este contrato.

5.1.26. A CONTRATADA deverá executar os serviços contratados com observância às normas técnicas e legais; responsabilizar-se pela qualidade dos serviços prestados; apresentar relatórios de execução e resultados das campanhas; observar as cláusulas específicas:

- a) Rastreabilidade dos pagamentos de mídia: apresentação de mapas de mídia, faturas/notas e recibos, com conciliação vinculada ao plano de distribuição;
- b) Segregação e governança de contas digitais: contas criadas deverão ser de propriedade do Município, operadas com credenciais institucionais e entrega de senhas ao fim da vigência;
- c) Aprimoramento redacional: continuidade do serviço ao fim da vigência mediante adequada transição;
- d) Checklist de impedimentos/suspensões: anexar modelos de declaração de impedimento/suspensão e compromisso de sigilo assinados pelos membros da Subcomissão.

5.2. Direitos Autorais

5.2.1 A CONTRATADA é a titular dos direitos autorais patrimoniais sobre todos os trabalhos publicitários desenvolvidos pelos seus profissionais, concedendo à CONTRATANTE, neste ato e por este instrumento, a utilização de todas aquelas durante a vigência do presente contrato e/ou de suas renovações, aplicando-se as disposições da Lei 4.680/65, bem como do Decreto n. 57.690/66 e a Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

5.2.2 A **CONTRATADA** deverá assegurar que as obras publicitárias por ela criadas através de seus departamentos, possam ser usadas pela **CONTRATANTE**, a qualquer instante durante a vigência deste contrato, nos limites estabelecidos nos contratos firmados com outros titulares de direitos, tais como Produtoras Cinematográficas, Produtoras de Som, Fotógrafos, Atores e outros.

5.2.3 No caso de pretender a CONTRATANTE reutilizar os materiais criados pela CONTRATADA, após o encerramento desse contrato, além dos direitos da CONTRATADA, também os direitos de terceiros, fornecedores de produtos e/ou serviços auxiliares (produtores cinematográficos, de som, fotógrafos, ilustradores, artistas e modelos, etc) deverão ser negociados diretamente entre estes e a **CONTRATANTE** pela concessão de uso de suas criações e/ou imagens, som de voz, nome, etc., pelo prazo, território e finalidades determinadas em contrato específico.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. São obrigações da CONTRATANTE, além de outras assumidas neste contrato:

- a) cumprir os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) fornecer e colocar à disposição da contratada os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos produtos e serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos produtos e serviços;
- d) notificar a CONTRATADA, formal e tempestivamente, sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- e) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;
- f) efetuar os pagamentos nas condições e preços pactuados.

6.2. A CONTRATANTE comunicará à CONTRATADA por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

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

7.3. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da contratada pela perfeita execução dos produtos e serviços.

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

7.5. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que a execução de qualquer produto ou serviço considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

7.6. A autorização, pela CONTRATANTE, dos serviços executados pela contratada ou por fornecedores especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação dos serviços.

7.7. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente à irregularidade ou falhas, não exime a contratada das responsabilidades determinadas neste contrato.

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

7.9. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso aos documentos e materiais que digam respeito aos produtos e serviços prestados à CONTRATANTE.

7.10. A CONTRATADA se obriga a emitir relatórios semestrais contendo comprovação de veiculação, entrega métrica de alcance (quando digitais) e execução do plano de comunicação, compatível com o briefing e a proposta técnica.

7.11. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento da execução dos produtos e serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.12. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, avaliar o desempenho da contratada quanto ao planejamento e à execução dos produtos e serviços objeto deste contrato.

7.12.1. A avaliação será considerada pela CONTRATANTE para: apurar a necessidade de solicitar da contratada correção que vise maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

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

CLÁUSULA OITAVA – PAGAMENTO E REMUNERAÇÃO

8.1. Para pagamento e remuneração pela execução dos produtos e serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a contratada deverá apresentar os seguintes documentos:

a) Produtos e Serviços Essenciais:

a1) nota fiscal ou fatura emitida, sem rasura, em letra legível, em nome e CNPJ da CONTRATANTE, da qual constará o número do contrato, descrição dos produtos e serviços executados, número da respectiva Ordem de Serviço e as informações para crédito em conta corrente (nome e número do banco, nome e número da agência e número da conta);

a2) documentos de comprovação da execução dos produtos e serviços.

b) Despesas com deslocamentos de profissionais a serviço:

b1) nota de débito, emitida conforme exigências da alínea ‘a1’, relacionando os meios de transporte contratados, com os respectivos CNPJ, razão social e valores, bem como a quantidade de diárias necessárias para cobertura das demais despesas envolvidas no deslocamento;

b2) prestação de contas com relatório de viagem.

8.2. O gestor ou fiscal deste contrato só atestará a execução dos produtos e serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela contratada todas as condições pactuadas.

8.2.1. As notas fiscais emitidas pela contratada devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da empresa de comunicação Publicitária responsável pela documentação: “Atestamos que todos os produtos e serviços descritos no presente documento, foram entregues/realizados conforme autorizados pela contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

8.2.2. A CONTRATADA assumirá, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência da execução dos produtos e serviços do objeto deste contrato.

8.3. O pagamento dos produtos e serviços será feito após a apresentação dos documentos previstos no subitem 8.1 e será efetivado por meio de crédito em conta corrente mantida pelas contratadas.

8.4. Os pagamentos à CONTRATADA serão realizados pelos valores decorrentes de:

a) prestação efetivamente realizada de Produtos e Serviços Essenciais;

b) reembolso de despesas com deslocamentos de profissionais a serviço.

8.5. Para pagamento dos Produtos e Serviços Essenciais, dispostos na alínea 'a' do subitem anterior, serão praticados os preços constantes do Anexo I do edital.

8.6. O reembolso das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço no decorrer da execução contratual será realizado a partir de uma prestação de contas apresentada pela contratada à CONTRATANTE.

8.6.1. Os deslocamentos de profissionais a serviço deverão estar previstos em Ordem de Serviço, devidamente aprovado pelo gestor ou fiscal do contrato.

8.6.1.1. Para autorização dos deslocamentos, na Ordem de Serviço deverão constar as seguintes informações:

a) nome do profissional;

b) finalidade da viagem;

c) datas de início e do término da viagem;

d) preço estimado das passagens;

e) previsão de quantidade de diárias.

8.6.2. Para as passagens aéreas, fica definida a utilização de classe econômica para qualquer profissional nos trechos nacionais ou internacionais.

8.6.2.1. As despesas com passagens aéreas serão reembolsadas pela CONTRATANTE no valor efetivamente desembolsado pela CONTRATADA, com base em 03 (três) orçamentos, com escolha do menor preço ou da melhor relação custo/benefício.

8.6.2.2. As cotações deverão ser datadas e efetuadas junto a empresas distintas que não pertençam a um mesmo grupo societário e poderão ser realizadas nos sites das respectivas companhias aéreas.

8.6.2.2.1. As cotações deverão ser efetuadas com, pelo menos, 10 (dez) dias de antecedência, sendo a impossibilidade justificada pela CONTRATADA.

8.6.2.3. Caso não haja possibilidade de apresentar 3 (três) cotações, consideradas as especificidades dos deslocamentos, a contratada deverá justificar o fato, por escrito, à CONTRATANTE.

8.6.2.4. Nos deslocamentos excepcionais por intermédio de outros meios de transporte, que não o aéreo, a CONTRATANTE poderá aprovar a locomoção com base na apresentação, pela CONTRATADA, de orçamentos prévios e prestação de contas em regras similares às das passagens aéreas.

8.6.3. Todas as demais despesas com hospedagem, alimentação, traslados ou qualquer outra envolvida no deslocamento serão pagas pela CONTRATANTE, por meio de diárias, de acordo com os valores estabelecidos na legislação vigente para a concessão de diárias no âmbito da Administração Pública Municipal nas viagens de servidores e colaboradores eventuais a serviço.

8.6.3.1. Para diárias no país e no exterior, será utilizado o valor referente ao Grupo II do Decreto Municipal nº 7.564/2013.

8.6.4. A prestação de contas dos deslocamentos de profissionais a serviço deverá ser feita por meio de relatório de viagem a ser apresentado pela contratada à CONTRATANTE.

8.6.4.1. O relatório de viagem deverá ser apresentado em português, com a caracterização de “reembolso” dos valores em reais, devidamente assinado pelo representante da empresa (identificado pelo nome e cargo), acompanhado dos seguintes documentos:

- a) cotações de preços de passagens para o trecho solicitado;
- b) comprovação de compra da passagem de menor preço;
- c) comprovantes de embarque.

8.6.5. Para a conversão dos valores em dólar americano para reais, deve ser utilizada a cotação informada pelo Banco Central, no sítio: <http://www4.bcb.gov.br/pec/taxas/port/ptaxnpsq.asp?id=txcotacao>.

8.6.5.1. A data a ser considerada para a cotação deverá ser a da Ordem de Serviço que originou a viagem, e o valor a ser utilizado é o de compra.

8.6.5.2. Como o Banco Central apresenta a cotação com quatro casas decimais, o faturamento deve considerar as quatro casas no cálculo, sendo os centavos arredondados no resultado, para que o valor a ser ressarcido siga o padrão monetário em reais.

8.6.5.3. Serão considerados para fins de reembolso de despesas, os deslocamentos de profissionais a serviço, realizados fora da cidade sede da CONTRATANTE e fora da base da contratada.

8.7. Serão considerados para fins de reembolso de despesas, os deslocamentos de profissionais a serviço, realizados fora da cidade sede da CONTRATANTE e fora da base da contratada.

8.8. A CONTRATADA obrigar-se-á a sempre buscar o menor preço com a melhor qualidade para a execução do objeto deste contrato.

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

8.10. Os pagamentos mediante a emissão de qualquer modalidade de ordem bancária só serão efetivados se a contratada efetuar cobrança de forma a permitir o cumprimento das exigências legais, principalmente no que se refere às retenções tributárias.

8.11. Caso a contratada seja optante pelo Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES, deverá apresentar, juntamente com a nota fiscal, a devida comprovação, a fim de evitar a retenção na fonte dos tributos e contribuições, conforme legislação em vigor.

8.12. A nota fiscal ou fatura correspondente deverá ser entregue pela CONTRATADA, diretamente ao gestor ou fiscal deste contrato, com a devida comprovação da execução dos produtos e serviços (orçamentos, relatórios e comprovantes).

8.13. Havendo erro na nota fiscal ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, os documentos de cobrança serão devolvidos à CONTRATADA, e o pagamento ficará pendente até que a contratada providencie as medidas saneadoras. Nessa hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal, não acarretando nenhum ônus para a CONTRATANTE.

8.14. No caso de eventual atraso de pagamento, mediante pedido da contratada, o valor devido será atualizado financeiramente, desde que a contratada não tenha concorrido de alguma forma para esse atraso. Para tanto, fica convencionado que o índice de compensação financeira será calculado mediante aplicação da seguinte fórmula:

$EM = I \times N \times VP$

Sendo:

EM = Encargos Moratórios;

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento; VP = Valor da parcela a ser paga;

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

$$I = \frac{(TX)}{(6/100)}$$

$$I = \frac{(6/100)}{0,00016438365365}$$

$$I = 0,00016438365365$$

$$TX = \text{Percentual da taxa anual} = 6\%$$

8.14.1. A compensação financeira será incluída na nota fiscal seguinte à da ocorrência.

8.15. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da contratada, mediante consulta on-line, no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, no Sistema de Registro Cadastral Unificado e no sítio do Tribunal Superior do Trabalho.

8.16. Se as contratadas cadastradas no SICAF e no Sistema de Registro Cadastral Unificado estiverem com a documentação obrigatória vencida, deverão apresentar à CONTRATANTE Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

8.17. Constatada a irregularidade, a contratada será notificada, por escrito, para que no prazo de 5 (cinco) dias regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa, sob pena de rescisão contratual.

8.18. O prazo estipulado poderá ser prorrogado a juízo da CONTRATANTE.

8.19. Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas à CONTRATANTE, por meio de carta, ficando sob responsabilidade da contratada os prejuízos decorrentes de pagamentos incorretos devido à falta de informação.

8.20. Os pagamentos efetuados pela CONTRATANTE não isentam a contratada de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

CLÁUSULA NONA – REAJUSTE

9.1. O preço dos Produtos e Serviços Essenciais poderá ser reajustado, sendo observada a periodicidade anual, contada da data limite para apresentação da proposta ou do último reajuste, com base na variação comprovada dos preços ocorrida no período.

9.1.1. A CONTRATADA deverá apresentar à CONTRATANTE, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias do vencimento do contrato, o pedido de reajuste do valor a ser praticado nos 12 (doze) meses subsequentes.

9.1.2. É vedada a inclusão de benefícios não previstos na proposta inicial, exceto quando se tornarem obrigatórios por força de instrumento legal, Acordo, Convenção ou Dissídio Coletivo de Trabalho.

9.2. O reajuste se dará de acordo com a lei vigente, em especial o Decreto nº 1.054/1994, alterado pelo Decreto nº 1.110/1994, a Lei nº 9.069/1995, e a Lei nº 10.192/2001, ou em conformidade com outra norma que vier a ser editada pelo Poder Público, com base na 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, utilizando-se da seguinte fórmula:

$$R = V \times \frac{I - I_0}{I_0}$$

R	Valor do reajuste procurado
V	Valor contratual do produto ou serviço a ser reajustado
I	Índice relativo à data do reajuste
I₀	Índice inicial ou índice de preços na data da entrega da Proposta

CLÁUSULA DÉCIMA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

10.1. No prazo de até 15 (quinze) dias, contado a partir da assinatura deste contrato, a contratada deverá apresentar garantia no valor de XXXXXXXXXXXX, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor total deste contrato, a fim de assegurar a sua execução.

10.1.1. Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da CONTRATANTE, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela CONTRATADA.

10.1.2. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do inciso III do subitem 11.4.3.

10.1.3. O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 10.1 e 10.1.1, autoriza a CONTRATANTE a promover a extinção deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I, da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

10.2. Caberá à CONTRATADA escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

a) Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

b) Seguro-garantia;

c) Fiança bancária.

10.3. Em se tratando de garantia prestada mediante caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na **NOME DO BANCO**, sendo devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100, da Lei nº 14.133/2021.

10.4. Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) a apólice indicará a CONTRATANTE como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob

regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;

b) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da contratada – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à CONTRATADA.

10.5. Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;

b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da contratada – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à CONTRATANTE, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

10.6. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

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

I. prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

II. prejuízos causados à CONTRATANTE ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;

III. multas moratórias e punitivas aplicadas pela CONTRATANTE à CONTRATADA; e

IV. obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela CONTRATADA.

10.7.1. A modalidade seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 10.7.

10.8. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da CONTRATANTE.

10.9. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a contratada deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

10.10. Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

10.11. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela contratada entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

10.12. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 10 (dez) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

10.13. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da contratada, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor ou fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas

10.13.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na 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.

10.14. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a CONTRATANTE, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 10.2 deste contrato.

10.14.1. Aceita pela CONTRATANTE, a substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

11.1. O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I - Advertência;

II - Multa;

III - Impedimento de licitar e contratar;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

11.1.1. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

11.1.2. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência da CONTRATANTE, mediante ato justificado da autoridade competente.

11.1.3. As sanções aplicadas serão registradas no Sistema de Registro Cadastral Unificado.

11.1.3.1. A CONTRATANTE comunicará, por escrito, à CONTRATADA que a sanção foi registrada no SICAF e no Sistema de Registro Cadastral Unificado.

11.2. A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I. a advertência e as multas serão aplicadas pelo gestor, fiscal ou autoridade competente deste contrato;

II. caberá à autoridade competente aplicar o impedimento de licitar e contratar com a Administração e propor a declaração de inidoneidade;

III. a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente ao Ministro do Ministério ao qual à contratada está subordinado ou vinculado.

11.3. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos: I. descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente; II. Outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

11.3.1. A falha na execução contratual restará configurada quando:

11.3.1.1. A CONTRATADA cometer, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1, atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos

Grau da infração	Quantidade de pontos atribuídos
Leve	1 ponto por infração
Média	2 pontos por infração
Grave	3 pontos por infração

11.3.1.2. Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida no subitem 11.3.1.1, a CONTRATANTE poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração

Grau da infração	Correspondência
Leve	Advertência (na primeira infração)
	Multa no valor de 0,025 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço (após a primeira infração).
Média	Multa no valor de 0,1 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço.
Grave	Multa no valor de 0,5 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço.

Tabela 3 – Infrações

Item	Descrição	Grau	Incidência
1	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.	Média (passível de correção)	Semestral
2	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência.
3	Não executar todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, mediante demandada CONTRATANTE .	Grave	Semestral

4	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.
5	Realizar despesas relacionadas com este contrato sem a autorização prévia e por escrita da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.
6	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.
7	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	Média (passível de correção)	Semestral
8	Não 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.	Leve (passível de correção)	Semestral
9	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da CONTRATANTE .	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
10	Não apresentar na assinatura deste contrato declaração de inexistência de contrato vigente que possa gerar conflito de interesses com as atividades finalísticas da CONTRATANTE .	Média (passível de correção)	Por ocorrência
11	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que lhe sejam fornecidas em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência
12	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.
13	Não assinar Termo de Compromisso relativo à confidencialidade e ao sigilo, conforme modelo definido pela CONTRATANTE .	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
14	Recusar o ressarcimento à CONTRATANTE de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	Grave	Por ocorrência.
15	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
16	Gerar prejuízos e infrações à CONTRATANTE na prestação dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
17	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
18	Não realizar de forma devida o pagamento de tributos (impostos 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.	Média (passível de correção)	Por ocorrência.
19	Não apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE , a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
20	Não observar os prazos estabelecidos pela CONTRATANTE na condução dos serviços objeto deste	Média (passível de correção)	Por ocorrência

	contrato.		
21	Provocar prejuízos e danos à CONTRATANTE devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
22	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos serviços objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
23	Não prestar o devido esclarecimento à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA .	Grave	Por ocorrência
24	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	Grave	Por ocorrência
25	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.	Leve (passível de correção)	Semestral

11.3.1.2.1. As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas no subitem 11.1.

11.3.2. No ato de advertência, a **CONTRATANTE** estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade mencionada no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 11.3.

11.4. A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado na execução do objeto ou de prazos estipulados.

11.4.1. O atraso sujeitará a contratada à multa de:

I – 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso na entrega de produto ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;

II – 0,66% (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de produto ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da **CONTRATANTE**, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.

11.4.2. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de produto ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da **CONTRATANTE**.

11.4.3. A **CONTRATADA** estará sujeita à multa compensatória de:

I - 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao produto ou serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II - 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:

a) inexecução total deste contrato;

b) interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da **CONTRATANTE**.

III - 1% (um por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no subitem 10.1 deste contrato;

IV - até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

11.5. A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração poderá ser aplicada à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste contrato, nos seguintes prazos e situações:

I. por até 06 (seis) meses:

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

b) execução insatisfatória do objeto desta contratação, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 11.3, 11.4 e 11.5;

II. por até 2 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Ordem de Serviço, depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;

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

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

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

f) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/21, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;

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

11.5.1. Na aplicação das sanções previstas no subitem 11.6 serão levadas em consideração a gravidade da infração e as circunstâncias atenuantes ou agravantes.

11.6. A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

11.6.1. A declaração de inidoneidade será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

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

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

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

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

11.7. Da aplicação das sanções de advertência, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

11.7.1. O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão ou enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, nesse caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir: a) a advertência e a multa: à autoridade competente, por intermédio do gestor, fiscal e autoridade competente; b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração: ao Ministro a qual a contratante está subordinada ou vinculada.

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

11.9. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 14.133/2021, incluída a responsabilização da contratada por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

11.10. O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes a este contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da contratada.

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – EXTINÇÃO

12.1. Constituirão motivos para extinção do contrato, devidamente motivado nos autos do processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa, com base nos motivos previstos no art. 137 e procedimentos do art. 138 da Lei nº 14.133/21.

12.2. Fica expressamente acordado que, em caso de extinção, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente executadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

12.3. Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da contratada, em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, o presente contrato poderá ser ratificado e sub-rogado para a nova empresa, sem ônus para a CONTRATANTE, e com a concordância desta, com transferência de todas as obrigações assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.

12.3.1. A CONTRATANTE se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

12.3.2. Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 12.3, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada à CONTRATANTE, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

12.3.2.1. A não apresentação do comprovante em até 5 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas no presente contrato e na lei.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DISPOSIÇÕES GERAIS

13.1. Para a execução, a contratada deve obrigatoriamente possuir, além de estrutura administrativa habilitada, quantitativo suficiente de profissionais que deverão estar disponíveis para a execução dos produtos e serviços, objeto deste contrato.

13.2. Se for o caso, excepcionalmente, poderão ser alocados nas dependências da CONTRATANTE, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos, na prestação dos produtos e serviços constantes do subitem 1 e 2 do Anexo I do edital.

13.2.1. A execução pela contratada de produtos e serviços nas dependências da CONTRATANTE resulta da necessidade de maior proximidade entre as equipes e de um atendimento contínuo não passível de ser prestado à distância pela CONTRATADA.

13.2.2. Para os produtos e serviços a serem prestados nas dependências da CONTRATANTE foram estabelecidos, ainda, especificações diferenciadas, devido à sua característica presencial, e os perfis técnicos necessários aos profissionais que ficarão responsáveis por sua execução.

13.2.3. A CONTRATANTE proverá infraestrutura básica para prestação dos produtos e serviços que serão executados em suas dependências, quanto ao espaço físico e mobiliário.

13.3. A CONTRATANTE providenciará a disponibilização do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos que serão divulgados e mantidos à disposição do público em sítio eletrônico oficial, conforme art. 91, da Lei 14.133/21.

13.4. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a contratada aceita e a eles se submete.

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

13.6. A CONTRATADA assinará o Termo de Conduta declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma resguardar a CONTRATANTE de qualquer vínculo com ferramentas, instrumentos ou plataformas que promovam conteúdo ou atividades ilegais.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – FORO

14.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Estadual, Seção Judiciária do foro da CONTRATANTE.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 2 (duas) vias.

Local e data

CONTRATANTE

CONTRATADA

ANEXO III

TERMO DE RESPONSABILIDADE

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

Eu, _____, Matrícula nº _____, lotado no _____, integrante da Comissão Especial de Licitação responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº _____/_____ realizado pelo(a) _____, para a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação Publicitária, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação a qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2. Comprometo-me, ainda, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão Especial de Licitação;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão Especial de Licitação que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão Especial de Licitação;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão Especial de Licitação, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: ____ de _____ de _____

Assinatura Servidor

ANEXO IV

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de comunicação Publicitária é processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Publicitária) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no Edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão Especial de Licitação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independentemente do cargo/função exercida no órgão/entidade contratante ou de origem.

A pontuação de cada proposta refletirá seu grau de adequação às exigências deste Edital, resultante da comparação direta entre as propostas em cada quesito ou subquesito.

A(s) proposta(s) que demonstrar(em) maior adequação ao Edital, em cada quesito ou subquesito, receberão(ão) a maior pontuação, até a máxima permitida. As demais propostas receberão pontuação inferiores, correspondentes ao grau de adequação de cada uma ao Edital, tendo como referência a(s) proposta(s) que demonstra(em) maior adequação ao Edital.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.

ANEXO V

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Eu,, Matrícula nº, vinculado(a) ao, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a), para a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação Publicitária, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial de Licitação.

Data: ____ de _____ de ____

Assinatura