

EDITAL DE LICITAÇÃO

PREFEITURA MUNICIPAL DE SERTANIA - PE

Sala de Reunião da Agente de Contratação e Equipe de Apoio da Prefeitura Municipal de Sertânia - PE, situada no prédio-sede, Praça Dr João Pereira Vale, Nº 20, Centro – Sertânia – PE

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 204/2025

LICITAÇÃO MODALIDADE: CONCORRÊNCIA Nº. 010/2025

TIPO: MELHOR TÉCNICA E PREÇO

1. Disposições Iniciais

1.1 A Prefeitura Municipal de Sertânia – PE, por meio da Secretaria de Comunicação e do Fundo Geral, em conjunto com as Secretarias de Educação, Saúde e Assistência Social, e por intermédio da Agente de Contratação e da Equipe de Apoio, torna público que, na data, horário e local indicados, realizará sessão para recebimento dos envelopes contendo a Proposta Técnica, as Propostas de Preços e a Documentação de Habilitação referentes à execução do objeto descrito neste Edital.

A presente Concorrência Pública reger-se-á pela Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e pela Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, aplicando-se, de forma complementar, as disposições das Leis nº 4.680/1965, Lei Federal nº 10.406/2002 (Código Civil) e Lei Complementar nº 123/2006, além deste Edital e seus Anexos.

O critério de julgamento adotado será o de Técnica e Preço, com execução indireta sob o regime de empreitada por preço global.

1.2 Os serviços serão executados de forma indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, com aplicação subsidiária das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

2. Do Objeto

2.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade e propaganda, incluindo planejamento de comunicação e marketing, a serem prestados por agência de publicidade e propaganda para atender às demandas das Secretarias de Educação, Saúde, Assistência Social e Fundo Geral da Prefeitura Municipal de Sertânia – PE, de acordo com o Projeto Básico e o Briefing, sob coordenação da Secretaria de Comunicação e Fundo Geral.

2.1.1 Integram, ainda, o objeto da presente licitação, como atividades complementares, os seguintes serviços especializados:

- a) planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados à execução do contrato;
- b) produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;
- c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e ações de comunicação, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1 – Finalidade da Contratação

A contratação dos serviços elencados no subitem 2.1 tem por finalidade garantir o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visem difundir ideias e valores institucionais, posicionar programas e políticas públicas, disseminar iniciativas governamentais e informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2 – Planejamento das Ações Publicitárias

O planejamento previsto no subitem 2.1 destina-se a subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias da Prefeitura Municipal de Sertânia, abrangendo tanto os meios tradicionais (off-line) quanto os digitais (on-line), de forma a assegurar o alcance dos objetivos de comunicação e a superação dos desafios identificados.

As estratégias deverão contemplar, sempre que possível, indicadores e métricas de desempenho para aferição, análise e otimização dos resultados das campanhas.

2.1.1.3 – Pesquisas e Avaliação

As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 2.1.1 terão como finalidades:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios de divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens institucionais;
- c) possibilitar a mensuração e avaliação de resultados, vedada a inclusão de matérias estranhas ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2 – Limitações do Objeto

Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessoria de comunicação ou de imprensa, nem a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 – Exclusão de Patrocínios

Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem anterior os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas digitais que funcionem como veículos de divulgação institucional.

2.2 – Contratação da Agência

Para a execução dos serviços, será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada Agência, Licitante ou Contratada.

2.2.1 – Requisitos Legais

Os serviços objeto desta concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam regidas pela Lei nº 4.680/1965 e que possua certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º, §1º, da Lei nº 12.232/2010.

2.2.2 – Atuação da Agência

A agência atuará por ordem e conta do Anunciante, conforme o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados necessários à execução das atividades complementares descritas no subitem 2.1.1, bem como de veículos de divulgação responsáveis pela veiculação das mensagens publicitárias.

2.2.3 – Vedação à Subcontratação

É vedada a subcontratação de outra agência de propaganda para execução dos serviços abrangidos por este contrato.

É facultada, entretanto, a contratação de fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, desde que tais contratações ocorram por ordem e conta do Anunciante e sob a inteira responsabilidade da Agência, conforme o disposto no art. 15, §2º, da Lei nº 12.232/2010.

3. Valor Contratual e Recursos Orçamentários

3.1 O valor estimado da contratação decorrente deste Edital é de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), para os primeiros 12 (doze) meses, distribuído conforme segue:

Fundo Geral: R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais);

Educação: R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais);

Saúde: R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais);

Assistência Social: R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

3.2 A execução dos serviços no exercício de 2025 observará as dotações orçamentárias próprias, previstas nas seguintes funcionais programáticas:

Em anexo

3.3 O Governo Municipal reserva-se o direito de, a seu exclusivo critério, executar ou não a totalidade do valor estimado do contrato.

3.4 No interesse do Anunciante, a contratada se obriga a aceitar acréscimos ou supressões nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme o art. 125, §1º, da Lei nº 14.133/2021.

3.5 Em caso de prorrogação contratual, o Anunciante deverá consignar, nas Leis Orçamentárias Anuais subsequentes, as dotações necessárias para assegurar os pagamentos previstos.

3.5.1 Na prorrogação, o Anunciante poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de mercado, visando à obtenção de maior vantajosidade para a Administração Pública Municipal.

3.5.2 O Anunciante poderá, a qualquer tempo, revisar os percentuais de remuneração mediante termo aditivo, quando identificada redução de preços de referência em relação às práticas de mercado.

4. Condições de Participação

4.1 Poderão participar desta concorrência as agências de propaganda que atendam integralmente às condições estabelecidas neste Edital e apresentem toda a documentação exigida.

4.2 É vedada a participação de agências:

- a) que estejam cumprindo suspensão temporária do direito de licitar ou impedidas de contratar com o Governo Municipal;
- b) que tenham falência decretada, estejam em recuperação judicial ou extrajudicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) declaradas inidôneas pela Administração Pública federal, estadual ou municipal;
- d) estrangeiras não estabelecidas no País;
- e) reunidas em consórcio, nos termos do art. 9º, §3º, da Lei nº 12.232/2010;
- f) entidades sem fins lucrativos que não comprovem habilitação técnica e registro profissional conforme a Lei nº 4.680/1965 e o Decreto nº 57.690/1966.

4.2.1 Para verificação das condições de participação, serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), mantido pela Controladoria-Geral da União

(CGU), e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CNJ), conforme orienta o Acórdão nº 1.793/2011-Plenário do TCU.

4.3 Cada licitante poderá apresentar apenas uma proposta, sendo vedada a participação isolada e consorciada simultaneamente.

4.4 A participação no certame implica plena e irrevogável aceitação de todas as cláusulas e condições deste Edital, bem como a responsabilidade da licitante pela veracidade e autenticidade dos documentos apresentados.

4.5 Todos os custos de elaboração e apresentação das propostas técnica e de preços, assim como dos documentos de habilitação, correrão por conta exclusiva das licitantes, não cabendo ao Anunciante qualquer ressarcimento, independentemente do resultado da licitação.

5. Retirada do Edital

5.1 A retirada deste Edital será gratuita, podendo ser realizada por meio dos seguintes endereços eletrônicos, observados os procedimentos neles previstos:

Portal da Prefeitura de Sertânia: <https://www.sertania.pe.gov.br>

E-mail: sertanialicitacoes2025@gmail.com e licitacaosertania2025@gmail.com

5.2 O interessado em participar da licitação deverá acompanhar periodicamente o Diário Oficial dos Municípios e o endereço eletrônico mencionado no subitem anterior, a fim de manter-se informado sobre eventuais alterações, esclarecimentos ou comunicados oficiais relativos a esta concorrência.

6. Esclarecimentos sobre o Edital

6.1 Os esclarecimentos acerca desta concorrência serão prestados pela Comissão Permanente de Licitação (CPL), desde que os pedidos sejam encaminhados por escrito, com antecedência mínima de 07 (sete) dias úteis em relação à data de apresentação das propostas, exclusivamente por meio de um dos e-mails abaixo:

sertanialicitacoes2025@gmail.com

licitacaosertania2025@gmail.com

6.1.1 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela CPL até 05 (cinco) dias úteis antes da data marcada para a entrega das propostas.

6.1.2 As respostas aos pedidos de esclarecimento serão disponibilizadas exclusivamente pela internet, nos portais oficiais da Prefeitura e dos Diários Oficiais, sem identificação da licitante consulente ou de seus representantes.

6.1.2.1 A licitante não deverá empregar, em eventual pedido de esclarecimento, qualquer termo que permita a identificação de sua Proposta Técnica (Invólucro nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada).

6.1.3 Cabe às licitantes acompanhar regularmente as publicações nos referidos endereços eletrônicos, a fim de manter-se atualizadas quanto aos esclarecimentos, respostas e comunicações oficiais relativas a este Edital.

6.1.4 O envio de pedidos de esclarecimento não implica, necessariamente, alteração da data e horário previstos para o recebimento das Propostas Técnica e de Preços (subitem 9.2).

7. Impugnação do Edital

7.1 O pedido de impugnação, contendo a indicação das falhas ou irregularidades eventualmente identificadas no Edital, deverá ser encaminhado por e-mail aos endereços:

sertanialicitacoes2025@gmail.com

licitacaosertania2025@gmail.com

O protocolo deverá respeitar os prazos estabelecidos no subitem 7.5. O documento original deverá ser apresentado no endereço e horários indicados no edital, em até 05 (cinco) dias contados do envio do e-mail.

7.2 Impugnações apresentadas em desconformidade com as regras deste item serão recebidas apenas como informação.

7.3 A impugnação tempestiva não impede a participação da licitante no processo licitatório, até o trânsito em julgado da decisão respectiva.

7.4 Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 03 (três) dias úteis, conforme o §4º do art. 170 da Lei nº 14.133/2021.

7.5 Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Permanente de Licitação:

I – o cidadão que não se manifestar até 05 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das propostas;

II – a licitante que não se manifestar até 02 (dois) dias úteis antes da mesma data.

7.5.1 Considera-se licitante, para os efeitos do inciso II, a empresa que tenha retirado o Edital nos termos do Aviso de Licitação ou das disposições deste instrumento.

8. Credenciamento de Representantes

8.1 Para participar do certame, o representante da licitante deverá apresentar à Comissão Permanente de Licitação documento de credenciamento, juntamente com documento de

identidade oficial com foto, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

8.1.1 Os documentos mencionados no subitem anterior deverão ser entregues fora dos invólucros e anexados aos autos do processo licitatório.

8.1.2 Quando a representação for exercida por sócio ou dirigente da empresa, conforme disposto no contrato social ou ato constitutivo, o documento de credenciamento consistirá em cópia autenticada do ato constitutivo ou da ata de eleição do dirigente, ou apresentação do original para conferência e autenticação pela CPL.

8.1.3 Caso o preposto não seja representante legal ou estatutário, o credenciamento será formalizado mediante procuração por instrumento público ou particular, conforme modelo do Anexo II, com poderes específicos para o ato. Nesse caso, deverá ser apresentada também cópia do ato constitutivo que comprove os poderes dos sócios ou dirigentes outorgantes.

8.2 A ausência de documento hábil de representação não impede a presença do representante nas sessões, porém o inabilita para a prática de atos durante o procedimento licitatório.

8.3 A documentação apresentada na primeira sessão de abertura das propostas credencia o representante para as demais sessões subsequentes. Em caso de substituição, deverá ser apresentado novo credenciamento.

8.4 Caso a licitante opte por não se fazer representar nas sessões, poderá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por portador, que deverá realizar a entrega diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local previstos no subitem 9.2.

9. Recebimento das Propostas e dos Documentos de Habilitação

9.1 As Propostas Técnica e de Preços, bem como os Documentos de Habilitação, deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação (CPL) em cinco invólucros distintos e separados, conforme as especificações dos itens 10, 13 e 17 deste Edital.

9.2 Os invólucros contendo as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos conforme segue:

Data: 22 de dezembro de 2025

Horário: 09h00

Local: Sala de Reunião da Agente de Contratação e Equipe de Apoio da Prefeitura Municipal de Sertânia – PE, situada no prédio-sede, Praça Dr. João Pereira Vale, nº 20, Centro – Sertânia/PE.

9.2.1 Caso não haja expediente administrativo nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local.

9.3 Os invólucros contendo os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em data, horário e local a serem posteriormente designados pela Comissão Permanente de Licitação.

9.4 Todos os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário oficial de Brasília.

9.5 O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios, obedecerão às disposições deste Edital, em especial ao item 23, e à legislação vigente aplicável.

10. Entrega da Proposta Técnica

10.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação, devidamente acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3, conforme descrito a seguir:

Invólucro nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária (Via Não Identificada)

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

10.1.1.1 Somente será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido pela CPL, o qual deverá ser solicitado formalmente pela licitante na sede da Comissão Permanente de Licitação, localizada na Sala da Agente de Contratação e Equipe de Apoio da Prefeitura Municipal de Sertânia – PE, Praça Dr. João Pereira Vale, nº 20, Centro, de segunda a sexta-feira, das 08h às 13h.

10.1.1.2 O Invólucro nº 1 deverá ser entregue sem fechamento e sem rubrica, a fim de preservar o sigilo da autoria até a abertura do Invólucro nº 2.

O Invólucro nº 1 não poderá:

- a) conter qualquer forma de identificação da licitante;
- b) apresentar marcas, sinais, etiquetas, brasões, logotipos ou elementos que permitam reconhecer a autoria;
- c) estar danificado, deformado ou com indícios que revelem sua origem.

Invólucro nº 2 – Plano de Comunicação Publicitária (Via Identificada)

10.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, conforme o subitem 11.4 deste Edital.

10.1.2.1 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, contendo, na parte externa, a seguinte identificação:

Invólucro nº 2

Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária (Via Identificada)

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Processo nº 204/2025 Concorrência nº 010/2025

10.1.2.2 O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante, em embalagem apropriada e inviolável, de forma a preservar o conteúdo até o momento de sua abertura.

Invólucro nº 3 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções

10.1.3 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados os documentos relativos à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, conforme os subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

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

Invólucro nº 3

Proposta Técnica - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Processo nº 204/2025 Concorrência nº 010/2025

10.1.3.2 O Invólucro nº 3 deverá ser fornecido pela licitante, em embalagem inviolável, compatível com as características do conteúdo, e mantida lacrada até o momento da abertura oficial.

10.1.3.3 O Invólucro nº 3 não poderá conter qualquer informação, marca, sinal ou elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a fim de garantir o sigilo e a isonomia até a abertura do Invólucro nº 2.

11. Apresentação da Proposta Técnica

11.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada conforme os quesitos e subquesitos a seguir:

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

11.1.1 A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, com clareza e correção, sem emendas ou rasuras, admitidas expressões técnicas de uso corrente.

11.2 **Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.** Observações de forma para a apresentação:

- a) em caderno único, orientação retrato, com espiral preto à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4 branco 90 g/m², sem qualquer inscrição;
- c) conteúdo em papel A4 branco 75 g/m², orientação retrato (observado o disposto na alínea “c2” do subitem 11.2.2);
- d) margens esquerda e direita de 2 cm;
- e) títulos, entretítulos e parágrafos sem recuos;
- f) espaçamento simples entre linhas, facultado o duplo após títulos/entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado;
- h) texto e numeração em Arial, cor preta, tamanho 12, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3;
- i) numeração em algarismos arábicos, no canto inferior direito, a partir da primeira página interna;
- j) vedada qualquer identificação da licitante.

11.2.1 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças da alínea “b” do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6.

11.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária podem incluir gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observando-se:

a) podem ser em cores;

b) fonte Arial, tamanho entre 8 e 12;

c) as páginas correspondentes podem ser:

c1) impressas em A3 dobrado (cada folha A3 contará como duas páginas A4 para o limite do subitem 11.2.6);

c2) na orientação paisagem.

11.2.3 Os gráficos/quadros/tabelas/planilhas do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I – ser em cores;

II – usar fontes e tamanhos usuais nesses documentos;

III – adotar qualquer formatação de margens;

IV – ser apresentados em A3 dobrado.

11.2.3.1 As páginas mencionadas no subitem 11.2.3 podem ser impressas em orientação paisagem.

11.2.4 Os exemplos de peças da Ideia Criativa devem ser apresentados separadamente do caderno referido na alínea “a” do subitem 11.2.

11.2.4.1 Esses exemplos devem ajustar-se às dimensões do Invólucro nº 1, atentando-se às alíneas “c” dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e ao subitem 23.2.1.1.

11.2.5 O Plano – Via Não Identificada não poderá conter qualquer elemento (informação, marca, sinal, etiqueta etc.) que permita a identificação de autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea “a” do subitem 11.3.3 ficam limitados, em conjunto, a 10 (dez) páginas.

11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação de páginas, devendo a licitante observar as restrições físicas dos invólucros (alíneas “c” dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e subitem 23.2.1.1).

11.2.8 Para fins deste Edital, consideram-se não mídia os meios publicitários off-line que não envolvem compra de espaço/tempo em veículos para transmissão de mensagens a públicos determinados.

11.2.9 Podem ser usadas páginas isoladas de abertura dos subquesitos do Plano; tais páginas não serão computadas no limite do subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3 O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observando-se:

11.3.1 **Subquesito 1 – Raciocínio Básico:** apresentação contendo:

- a) análise das características e especificidades da Prefeitura e de seu papel no contexto em que se insere;
- b) diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

11.3.2 **Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação e defesa da Estratégia proposta para superar o desafio e alcançar os objetivos, com base no Briefing, contemplando:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a solução;
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da estratégia: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer; e quais meios/instrumentos utilizar.

11.3.3 **Subquesito 3 – Ideia Criativa:** apresentação da proposta de campanha, contemplando:

- a) relação de todas as peças publicitárias julgadas necessárias, com descrição de cada uma;
- b) exemplos (limitados a 5) das peças da alínea “a”, que melhor corporifiquem/ilustrem a proposta, conforme 11.3.3.2.

11.3.3.1 A descrição da alínea “a” restringe-se à especificação de cada peça, sua finalidade e funções táticas na campanha.

11.3.3.2 Os exemplos da alínea “b” ficam limitados a 5 (cinco), independentemente do meio/tipo, e poderão ser apresentados como:

- a) roteiro, layout ou storyboard impressos (qualquer meio);
- b) “monstro” ou layout eletrônico (rádio);
- c) storyboard animado ou animatic (TV, cinema, internet);
- d) “boneca” ou layout montado (não mídia).

11.3.3.3.1 Peças gráficas podem ser impressas em tamanho real ou reduzido, sem limitação de cores, com/sem suporte, observando-se o subitem 11.2.4; peças fora do tamanho do invólucro poderão ser dobradas.

11.3.3.3.2 No layout eletrônico para rádio, podem constar trilha, efeitos, vozes e locução.

11.3.3.3.3 No storyboard animado/animatic, podem constar fotos/imagens estáticas, trilha, vozes e locução; vedadas imagens em movimento.

11.3.3.3.4 As mídias (CD/DVD/pen drive) devem ser executáveis em Windows.

11.3.3.3.4.1 Nessas mídias não poderá constar qualquer identificação da licitante ou de anunciantes (somente a marca do fabricante da mídia).

11.3.3.3.5 Os exemplos serão avaliados como referências (não como peças finalizadas), independentemente da forma de apresentação.

11.3.3.3.6 Para facilitar o cotejo com a relação da alínea “a” do subitem 11.3.3, cada exemplo deve indicar o tipo de peça (p.ex.: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

11.3.3.4 Para o cômputo do limite de 5 exemplos físicos, observar:

- a) reduções e variações de formato contam como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit conta no limite;
- c) peça sequencial (qualquer meio) conta 01 (uma) se transmitir mensagem única;
- d) hotsite (todas as páginas) conta 01 (uma);
- e) um filme e o hotsite que o hospeda contam 02 (duas);
- f) um banner e o hotsite de destino contam 02 (duas).

11.3.3.4.1 Na proposta de hotsite (alínea “d”), não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4 Subquesto 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia: apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, coerentes com a Estratégia proposta, contemplando:

I. Estratégia de mídia: meios e recursos próprios da Prefeitura, em textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II. Tática de mídia: critérios de seleção de veículos, investimentos, formatos e períodos de veiculação, em textos/tabelas/gráficos/planilhas;

III. Plano de mídia: planilhas de programação com valores por veículo, formatos, períodos, quantidades de inserções, nomes de programas, faixas horárias e demais informações pertinentes;

IV. Simulações de cobertura e frequência, quando aplicável, em textos/tabelas/gráficos/planilhas.

11.3.4.1 Todas as peças relacionadas na alínea “a” do subitem 11.3.3 devem estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.3.4.2 O plano de mídia deve trazer resumo geral com, no mínimo:

- a) período de veiculação/exposição/distribuição;
- b) quantidades de inserções por veículo;

- c) valores (absolutos e percentuais) por meio;
- d) valores (absolutos e percentuais) de produção/execução técnica de cada peça destinada a veículos;
- e) quantidades a produzir de cada peça de não mídia;
- f) valores (absolutos e percentuais) de produção das peças de não mídia;
- g) valores (absolutos e percentuais) de distribuição das peças de não mídia;
- h) valores (absolutos e percentuais) alocados em formas inovadoras de comunicação publicitária (novas tecnologias).

11.3.4.3 Nas simulações:

- a) preços das inserções devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso;
- b) não incluir veículos sem tabela de preços;
- c) desconsiderar repasse de parte do desconto de agência (art. 11 da Lei nº 4.680/1965);
- d) desconsiderar honorários e custos internos sobre bens/serviços especializados de fornecedores.

11.3.4.3.1 Em caso de republicação do Edital com retomada do prazo, utilizar os preços vigentes na data do último Aviso de Licitação.

11.4 O Plano – Via Identificada será cópia do Plano – Via Não Identificada, sem a Ideia Criativa, para correlação segura de autoria, devendo:

I – conter a identificação da licitante;

II – estar datado;

III – estar assinado na última página e rubricado nas demais por representante com poderes, devidamente identificado.

11.5 Quesito 2 – Capacidade de Atendimento. A licitante apresentará as informações em caderno específico, orientação retrato, com/sem uso de cores, em A4 (ou A3 dobrado), numerado sequencialmente desde a primeira página interna, rubricado em todas e assinado na última por representante com poderes, devidamente identificado.

11.5.1 O caderno da Capacidade de Atendimento não poderá conter qualquer elemento constante do Plano – Via Não Identificada que permita identificar sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.6 A Capacidade de Atendimento deverá apresentar, por meio de textos/tabelas/quadros/gráficos/planilhas/diagramas/fotos:

- a) relação nominal dos principais clientes na data da licitação, com data de início de atendimento;
- b) quantificação e qualificação (currículo resumido: nome, formação, experiência) dos profissionais a serem alocados, por área de atuação;
- c) infraestrutura e instalações disponíveis para a execução;
- d) sistemática operacional de atendimento;
- e) relação das informações (marketing/comunicação), pesquisas de audiência e auditoria de circulação/control de mídia a serem disponibilizadas regularmente ao Anunciante, sem ônus adicionais.

11.7 Quesito 3 – Repertório. Apresentação em caderno específico, orientação retrato, com/sem cores, em A4 (ou A3 dobrado), numerado sequencialmente desde a primeira página interna, rubricado em todas e assinado na última por representante com poderes.

11.7.1 O material do Repertório não poderá conter qualquer elemento do Plano – Via Não Identificada que permita identificação de autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.8 O Repertório será composto por peças publicitárias concebidas e veiculadas/expostas/distribuídas pela licitante.

11.8.1 A licitante apresentará 08 (oito) peças, independentemente de tipo/característica/forma de veiculação.

11.8.1.1 As peças devem ter sido veiculadas/expostas/distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2020.

11.8.1.2 Peças eletrônicas: em DVD, CD ou pen drive, executáveis em Windows, podendo integrar o caderno (11.7) ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3 Peças gráficas: podem integrar o caderno (11.7) ou ser soltas; em todos os casos, preservar legibilidade e indicar dimensões originais.

11.8.1.3.1 Se soltas, podem ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.8.2 Para cada peça, apresentar ficha técnica com: problema enfrentado (síntese), identificação da licitante e do cliente, título, período de veiculação/exposição/distribuição e, no caso de veiculação, pelo menos um veículo que a divulgou.

11.8.3 É vedado incluir peças relativas a trabalhos solicitados ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Sertânia no âmbito de seus contratos com agência.

11.9 Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Apresentação em caderno específico, orientação retrato, com/sem cores, em A4, numerado sequencialmente desde a primeira página interna, rubricado em todas e assinado na última por representante com poderes.

11.9.1 O material deste quesito não poderá conter qualquer elemento do Plano – Via Não Identificada que permita identificação de autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10 A licitante apresentará 02 (dois) Relatos, cada um com máximo de 04 (quatro) páginas, descrevendo soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes para superar desafios de comunicação. Cada Relato:
I – não pode referir-se a ações solicitadas ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Sertânia;
II – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, atestando sua autenticidade.

11.10.1 Os Relatos deverão ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2020.

12. Julgamento das Propostas Técnicas

12.1 A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

12.2 No julgamento técnico, serão considerados os atributos da Proposta Técnica em cada quesito e subquesito, conforme segue.

12.2.1 Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1 Subquesito 1 – Raciocínio Básico

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

b) pertinência dos aspectos relevantes apresentados quanto às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) assertividade na análise do desafio de comunicação e no entendimento dos objetivos indicados no Briefing.

12.2.1.2 Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária

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

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

c) potencial de interpretações positivas do conceito para a comunicação do ANUNCIANTE com seus públicos;

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

e) capacidade de articulação dos conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos do Briefing;

f) exequibilidade da estratégia, considerada a verba referencial.

12.2.1.3 Subquesto 3 – Ideia Criativa

- a) alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) pertinência da solução criativa à natureza do ANUNCIANTE, ao desafio e aos objetivos do Briefing;
- c) adequação das peças ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) compatibilidade das peças com os meios e veículos a que se destinam;
- e) originalidade da solução criativa e multiplicidade de interpretações favoráveis;
- f) clareza e precisão das mensagens e adequação da linguagem aos públicos;
- g) exequibilidade das peças e demais elementos propostos, à luz da verba referencial.

12.2.1.4 Subquesto 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) adequação da estratégia às características da ação, à verba referencial e ao desafio/objetivos do Briefing;
- b) consistência técnica na proposição e defesa da estratégia, tática e plano de mídia;
- c) consistência do conhecimento de hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público;
- d) adequação do uso de recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE, em alinhamento com a estratégia;
- e) eficiência e economicidade no uso da verba, demonstradas nas simulações de cobertura e frequência.

12.2.2 Quesito 2 – Capacidade de Atendimento

- a) porte e tradição dos clientes atendidos e período de atendimento;
- b) experiência dos profissionais e adequação de suas quantificações e qualificações às necessidades do ANUNCIANTE;
- c) adequação de infraestrutura e instalações disponibilizadas;
- d) funcionalidade do relacionamento operacional com o ANUNCIANTE;
- e) relevância/utilidade de informações, pesquisas de audiência e auditorias que serão colocadas regularmente à disposição, sem ônus.

12.2.3 Quesito 3 – Repertório

- a) originalidade da solução criativa e adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio;

b) clareza/precisão das mensagens e adequação da linguagem aos meios e públicos;

c) qualidade de produção, execução e acabamento das peças.

12.2.4 Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) evidência de planejamento estratégico na solução proposta;

b) demonstração de contribuição efetiva da solução para os objetivos de comunicação do cliente;

c) complexidade do desafio apresentado e relevância dos resultados;

d) encadeamento lógico da exposição do Relato.

12.3 A pontuação da Proposta Técnica é limitada a 100 (cem) pontos e será apurada conforme metodologia abaixo.

12.3.1 A Subcomissão Técnica realizará exame comparativo entre as propostas; a gradação das pontuações refletirá o grau de adequação aos critérios deste item 12.

12.3.2 Pontuações máximas por quesito/subquesito:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		70%
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	10%
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20%
	III. Ideia Criativa	20%
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	20%
2. Capacidade de Atendimento		10%
3. Repertório		10%
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10%
PONTUAÇÃO TOTAL		100%

12.3.2.1 Se a licitante não observar as quantidades dos subitens 11.8.1 (Repertório) e 11.10 (Relatos), a pontuação máxima nesses quesitos será proporcional às quantidades apresentadas (regra de três simples sobre as pontuações máximas do subitem 12.3.2).

12.3.3 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se uma casa decimal.

12.3.4 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação de quesito/subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor nota superar 20% da pontuação máxima daquele quesito/subquesito, a fim de restabelecer o equilíbrio, conforme os critérios objetivos deste Edital.

12.3.4.1 Persistindo a diferença após a reavaliação, os membros autores das pontuações destoantes registrarão em ata as razões de manutenção da nota. A ata será assinada por todos os membros e integrará o processo licitatório.

12.4 Será desclassificada a Proposta Técnica que:

a) trazer qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou elemento que possa identificar a autoria do Plano – Via Não Identificada antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar o total de 75 (setenta e cinco) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer quesito ou subquesito.

12.4.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que descumprir outras exigências deste Edital, a depender da gravidade, observado o subitem 20.4.

12.5 A Pontuação Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quatro quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos.

12.5.1 A Pontuação Técnica da Licitante (PTL) será utilizada para apuração do Índice Técnico (IT) no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, nos termos do subitem 16.2.

13. Entrega da Proposta de Preços

Invólucro nº 4

13.1 No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionada a Proposta de Preços.

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

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Processo nº 204/2025 Concorrência nº 010/2025

13.1.2 O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e poderá ser qualquer embalagem adequada ao conteúdo, desde que inviolável até a abertura.

14. Apresentação da Proposta de Preços

14.1 A Proposta de Preços deverá seguir o Modelo do Anexo III e ser apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, com páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais por representante com poderes, devidamente identificado.

14.2 Os quesitos a valorar são os do subitem 1.1 do Modelo de Proposta de Preços (Anexo III). Nos termos do art. 33, § 1º, da Lei nº 12.232/2010, e dos arts. 36 e 37 da Lei nº 14.133/2021, não serão aceitos:

a) percentual de desconto inferior a 40% (quarenta por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, com base na tabela referencial do Sindicato das Agências de Propaganda de Pernambuco, relativamente a peça/material cuja distribuição não proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de bens/serviços especializados prestados por fornecedores, com intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e execução técnica de peça/material cuja distribuição não proporcione o desconto de agência (art. 11 da Lei nº 4.680/1965);

c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de bens/serviços especializados prestados por fornecedores, com intermediação e supervisão da licitante, referentes a:

I. planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação/geração de conhecimento pertinentes ao contrato (exceto pré-teste);

II. renovação de direitos autorais e cachês na reutilização de peça/material quando sua distribuição/veiculação não proporcione o desconto de agência (art. 11 da Lei nº 4.680/1965);

III. reimpressão de peças publicitárias;

d) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de bens/serviços especializados prestados por fornecedores, com intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e ações, em consonância com novas tecnologias, quando a distribuição não proporcione o desconto de agência (art. 11 da Lei nº 4.680/1965).

14.3 O prazo de validade da Proposta de Preços será de 180 (cento e oitenta) dias corridos, contados da apresentação, podendo ser prorrogado mediante acordo e justificativa da Administração.

14.3.1 Caso a licitante fixe prazo inferior ao do subitem 14.3 ou esteja com a validade expirada na sessão de abertura, a Comissão Especial ou Permanente de Licitação poderá realizar diligência com a licitante (art. 33, § 1º, da Lei nº 12.232/2010, e arts. 36 e 37 da Lei nº 14.133/2021) para prorrogação do prazo.

14.3.1.1 A licitante que não aceitar prorrogar a validade expirada na abertura do Invólucro nº 4, ou antes do encerramento do certame, será desclassificada.

15. Julgamento das Propostas de Preços

15.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento técnico serão analisadas quanto ao atendimento integral das condições deste Edital.

15.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que: (i) apresente preços referenciados em outra proposta; ou (ii) contenha qualquer condicionante para a entrega de bens e serviços.

15.3 Havendo divergência entre o percentual em algarismos e o por extenso, prevalecerá o por extenso.

15.4 O Preço Proposto pela Licitante (PPL), para cada quesito da Proposta de Preços (nos termos do subitem 14.2), será convertido em Pontuação Parcial de Preço (PPP) conforme as fórmulas abaixo:

PPP1 = (PPL1/MPD)*0,10 = quando o menor preço referir-se ao Maior Percentual de Desconto; sendo

MPD = Maior Percentual de Desconto, dentre aqueles propostos pelas licitantes no PPL1

PPL1 = Percentual Proposto pela Licitante para a alínea "a" do subquesito 14.2

0,10 = relevância atribuída ao serviço descrito na alínea "a" do subquesito 14.2

PPP2 = ((MPH+1)/(PPL2+1))*0,60 = quando o menor preço referir-se ao Menor Percentual de Honorários; sendo

MPH = Menor Percentual de Honorários, dentre aqueles propostos pelas licitantes PPL2

PPL2 = Percentual de Referência da alínea "b" do subquesito 14.2

0,60 = relevância atribuída ao serviço descrito na alínea "b" do subquesito 14.2

PPP3 = ((MPH+1)/(PPL3+1))*0,20 = quando o menor preço referir-se ao Menor Percentual de Honorários; sendo

MPH = Menor Percentual de Honorários, dentre aqueles propostos pelas licitantes PPL3

PPL3 = Percentual Proposto pela Licitante para a alínea "c" do subquesito 14.2

0,20 = relevância atribuída ao serviço descrito na alínea "c" do subquesito 14.2

PPP4 = ((MPH+1)/(PPL4+1))*0,10 = quando o menor preço referir-se ao Menor Percentual de Honorários; sendo

MPH = Menor Percentual de Honorários, dentre aqueles propostos pelas licitantes no PPL4

PPL4 = Percentual Proposto pela Licitante para a alínea "d" do subquesito 14.2

0,10 = relevância atribuída ao serviço descrito na alínea "d" do subquesito 14.2

15.5 As PPP comporão o Índice de Preços (IP) de cada licitante, para o julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, conforme o subitem 16.3.

16. Julgamento Final das Propostas Técnicas e de Preços

16.1 No julgamento final, a Comissão observará o rito da Lei nº 14.133/2021, respeitada a disciplina especial da Lei nº 12.232/2010 para licitação do tipo Técnica e Preço, adotando os seguintes passos:

I – identificação do Índice Técnico (IT) de cada licitante;

II – identificação do Índice de Preços (IP) de cada licitante;

III – identificação da Pontuação Final (PF) de cada licitante.

16.2 O IT será calculado por $IT = PTL / MPT$, com duas casas decimais, onde:

IT = Índice Técnico;

PTL = Pontuação Técnica da Licitante (subitem 12.5);

MPT = Maior Pontuação Técnica dentre as licitantes.

16.3 O IP será calculado por $IP = \Sigma PPP$, com duas casas decimais, onde:

IP = Índice de Preços;

PPP = Pontuações Parciais de Preço, conforme subitem 15.4.

16.4 A Pontuação Final (PF) será calculada por $PF = (IT \times PT) + (IP \times PP)$, com duas casas decimais, onde:

PF = Pontuação Final;

IT = Índice Técnico;

PT = Peso Técnico = 6 (seis);

IP = Índice de Preços;

PP = Peso de Preços = 4 (quatro).

16.5 Será vencedora a licitante que mantiver as condições do item 4 e:

a) obtiver a maior PF, conforme subitem 16.4; e

b) for habilitada, nos termos do item 19.

17. Entrega dos Documentos de Habilitação

17.1 As licitantes classificadas no julgamento final apresentarão os Documentos de Habilitação na sessão convocada para esse fim, em dia, hora e local definidos.

17.1.1 A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação será alijada, salvo a hipótese do subitem 19.1.2.

Invólucro nº 5

17.1.2 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues no Invólucro nº 5, fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Processo nº 204/2025 Concorrência nº 010/2025

17.1.3 O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e poderá ser qualquer embalagem adequada, desde que inviolável até a abertura.

18. Apresentação dos Documentos de Habilitação

18.1 Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as páginas rubricadas pelo representante legal da licitante e ser apresentados:

I – em via original; ou

II – como publicação em órgão de imprensa oficial; ou

III – em cópia autenticada em cartório (quando exigido em lei) ou por certidões emitidas em sistemas públicos; ou

IV – em cópia simples, mediante exibição do original para conferência no ato de entrega.

18.1.1 Os documentos devem estar em caderno específico, na ordem em que constam neste Edital.

18.1.2 Serão aceitas apenas cópias legíveis, aptas à análise.

18.2 Para habilitação, a licitante deverá apresentar a documentação abaixo.

18.2.1 Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social vigente, registrado; para S.A., anexar documentos de eleição dos administradores;

a1) com todas as alterações ou consolidação e objeto social compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo no RCPJ, no caso de sociedade simples, com prova da diretoria;

c) ato de autorização (quando estrangeira em funcionamento no País) e registro/autorizações exigidos pelo órgão competente;

d) registro comercial para empresa individual.

18.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) inscrição no CNPJ;

b) inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal (se exigível), compatível com o objeto;

c) Certidão Conjunta de Tributos Federais e Dívida Ativa da União (RFB/PGFN);

d) Certidões Negativas das Fazendas Estadual e Municipal (ou de não contribuinte);

e) CRF/FGTS vigente;

f) CNDT (Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas).

18.2.2.1 Considera-se regular a licitante com exigibilidade suspensa do débito.

18.2.2.2 Certidões positivas com efeito de negativa serão aceitas.

18.2.2.3 Certidão sem prazo de validade será considerada válida por 90 dias da emissão, salvo legislação específica em contrário.

18.2.3 Qualificação Técnica

a) declaração(ões) de pessoa jurídica de direito público/privado atestando serviços compatíveis com o objeto (mínimo: atividades do subitem 2.1);

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido pelo CENP e/ou filiação ao SINAPRO/PE, conforme art. 16, II, da Lei nº 12.232/2010;

b1) certificado emitido para a matriz valerá para a filial;

b2) documentos obtidos nos sites do CENP ou entidade equivalente terão validade verificada pela Comissão.

18.2.4 Qualificação Econômico-Financeira

a) Certidão Negativa de falência/recuperação judicial ou extrajudicial do distribuidor da sede, dentro da validade;

a1) sem prazo de validade: aceita-se emitida até 90 dias antes da apresentação;

a2) havendo mais de um distribuidor, apresentar todas as certidões;

b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício, na forma da lei, que comprovem boa situação financeira, vedada substituição por balancetes; admite-se atualização por índices oficiais se encerrados há mais de 3 meses da entrega;

b1) balanço e demonstrações assinados pelo responsável legal e pelo contador (ou profissional equivalente) com registro no conselho de classe;

b2) se houver atualização, anexar memorial de cálculo assinado pelos responsáveis;

b3) balanço registrado na Junta Comercial ou RCPJ, conforme o tipo societário, nos termos:

I. sociedades empresariais em geral: registro/autenticação no Registro do Comércio, com cópia de termo de abertura e encerramento do Livro Diário (art. 5º, §2º, DL 486/1969);

II. sociedades anônimas (Lei nº 6.404/1976): registro/autenticação no Registro do Comércio e publicação em Diário Oficial e jornal de grande circulação, ou cópia registrada/autenticada no órgão competente;

III. sociedades simples: registro no RCPJ da sede; se adotarem tipo de sociedade empresária, sujeitam-se às regras das empresárias (incluindo registro);

IV. empresas que utilizam SPED: impressão de termo de autenticação, balanço e demonstrações, termos de abertura/encerramento, requerimento de autenticação de Livro Digital e recibo da ECD.

18.2.4.1 Sociedades constituídas no exercício corrente ou com menos de um ano: apresentar balanço de abertura (sem movimentação) ou balanço intermediário (com movimentação), assinados pelo sócio-gerente e contador (ou equivalente) e autenticados no órgão de registro.

18.2.4.2 Comprovação da boa situação financeira por:

a) índices de LG, SG e LC (todos > 1) calculados sobre o balanço da alínea “b”, conforme fórmulas:

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

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

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

b) para o caso do subitem 18.2.4.1, Índice de Solvência ($S \geq 1$):

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

18.2.4.3 Os índices serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável contábil, com assinatura, nome e registro no conselho profissional.

18.2.4.4 Se algum dos índices da alínea “a” for ≤ 1 ou, na alínea “b”, < 1 , a licitante deverá comprovar patrimônio líquido mínimo de 10% do valor estimado da contratação (incluir comprovante no Invólucro nº 5) para ser considerada habilitada.

18.2.5 Declarações

a) declaração (conforme Decreto nº 4.358/2002) de cumprimento do art. 7º, XXXIII, da CF/88:

À

Comissão Permanente de Licitação

Referente Concorrência nº 010 / 2025

<nome da licitante, >, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____/_____, inscrito(a) no CPF sob o nº _____, DECLARA, para fins do disposto no art. 92 da Lei nº 14.133/2021, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.

<se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:>

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

<local e data>

<representante legal da licitante,

18.3 Todos os documentos devem estar em nome da licitante. Se matriz, com CNPJ da matriz; se filial, com CNPJ da filial (salvo documentos que, por natureza, sejam emitidos em nome da matriz).

19. Análise dos Documentos de Habilitação

19.1 A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que atendidas as condições de participação do item 4, habilitando aquelas que cumprirem integralmente os requisitos do item 18 deste Edital.

19.1.1 Para as licitantes que optarem pela habilitação via SICAF (conforme subitem 18.5), serão realizadas consultas on-line ao sistema, cuja Declaração será impressa e juntada ao processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

19.1.1.1 A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e anexada aos demais documentos.

19.1.2 Se nenhuma licitante for habilitada, a Comissão reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentação dos documentos em até 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas as condições preestabelecidas.

20. Comissão Permanente de Licitação e Subcomissão Técnica

20.1 Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, ressalvada a análise e o julgamento das Propostas Técnicas.

20.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica composta por 03 (três) membros formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing, ou com atuação em uma dessas áreas.

20.2.1 Pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não possuirá vínculo funcional ou contratual com a Prefeitura.

20.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública.

20.3.1 Os nomes remanescentes, após o sorteio dos 03 (três) membros titulares, serão todos sorteados para definição da ordem de suplência, a fim de suprir eventuais impedimentos.

20.3.1.1 Para compor a relação referida no subitem 20.3, a Comissão deverá solicitar comprovação dos requisitos de qualificação previstos no subitem 20.2 aos possíveis membros.

20.3.2 A relação de nomes referida no subitem 20.3 será publicada no Diário Oficial dos Municípios, em prazo não inferior a 10 (dez) dias antes da sessão pública de sorteio.

20.3.3 O sorteio será processado pela Comissão, assegurando-se o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica e a proporcionalidade entre membros com e sem vínculo com a Prefeitura, nos termos dos subitens 20.2.1, 20.3 e 20.3.1.

20.3.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão de sorteio, qualquer interessado poderá impugnar nome constante da lista (subitem 20.3), apresentando justificativa à Comissão.

20.3.5 Admitida a impugnação, o impugnado poderá abster-se de atuar, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

20.3.6 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, por decisão fundamentada, poderá ensejar a elaboração e publicação de nova lista, sem o nome impugnado, observadas as regras deste item.

20.3.6.1 Será obrigatória a publicação de nova relação se o número de membros remanescentes ficar inferior aos mínimos exigidos nos subitens 20.3 e 20.3.1.

20.3.6.2 Somente será admitida nova impugnação quanto a nome incluído para completar a relação anteriormente publicada.

20.3.7 A sessão pública de sorteio ocorrerá após a decisão motivada sobre a impugnação, em data previamente designada, respeitando-se o prazo do subitem 20.3.2 e garantindo-se a fiscalização por qualquer interessado.

20.4 A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica zelarão para que a interpretação e aplicação deste Edital atendam às finalidades da licitação, podendo relevar formalidades estritas dos Documentos de Habilitação e das Propostas, sem comprometer a lisura e a competitividade, de modo a assegurar a proposta mais vantajosa, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

20.4.1 Os membros da Comissão Permanente de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que integrará os autos, conforme os modelos a seguir.

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu, _____, Matrícula nº _____, lotado no _____, integrante da Comissão Permanente de Licitação responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº _____/_____ realizado pelo(a) _____, para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à 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, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 14.133/2021, a:

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

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão Permanente 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

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão Especial ou Permanente de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) 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, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

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.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,, Matrícula nº, vinculada ao, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a), para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, 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, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 14.133/2021, 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 ou Permanente de Licitação.

Data: ____ de ____ de ____.

Assinatura

20.4.1.1 Os membros da Comissão e da Subcomissão serão responsabilizados, na forma da lei, por ações ou omissões que prejudiquem o processo licitatório, nos termos do Capítulo IV da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

21. Divulgação dos Atos Licitatórios

21.1 As decisões e atos desta concorrência serão publicados no Diário Oficial dos Municípios e disponibilizados no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), nos termos dos arts. 174 e 175 da Lei nº 14.133/2021.

22. Recursos Administrativos

22.1 Eventuais recursos deverão ser interpostos em até 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, por petição escrita dirigida à autoridade competente da Prefeitura, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, protocolizada na Sala de Reunião da Agente de Contratação e Equipe de Apoio da Prefeitura Municipal de Sertânia – PE, situada no prédio-sede (Praça Dr. João Pereira Vale, nº 20, Centro – Sertânia – PE), de segunda a sexta-feira, das 07h30 às 14h, ou pelos e-mails sertanialicitacoes2025@gmail.com e licitacaosertania2025@gmail.com.

22.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo em até 03 (três) dias úteis, nos termos do art. 165 da Lei nº 14.133/2021, assegurado o contraditório.

22.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo, a Comissão poderá reconsiderar sua decisão em até 05 (cinco) dias úteis ou, no mesmo prazo, remeter o recurso, instruído, e as impugnações à autoridade competente, que decidirá em 05 (cinco) dias úteis do recebimento.

22.4 Não será conhecido o recurso intempestivo, subscrito por representante não habilitado ou não identificado nos autos como representante da licitante.

22.5 Será franqueada vista aos autos a partir do início do prazo recursal até o seu término, em local e horário indicados pela Comissão.

22.6 Os recursos referentes à habilitação/inabilitação e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo. A Comissão poderá, motivadamente e no interesse da Administração, atribuir efeito suspensivo a recursos contra outras decisões.

23. Procedimentos Licitatórios

23.1 Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos deste Edital e da legislação aplicável. De cada sessão será lavrada ata circunstanciada dos atos e fatos dignos de registro, assinada pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

23.1.1 A participação de representante de licitante depende da entrega prévia do documento hábil, nos termos do subitem 8.1.

23.1.2 Os representantes presentes poderão nomear comissão composta entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e os Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

23.1.3 Os integrantes da Subcomissão Técnica não participarão da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

23.1.4 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas serão realizados exclusivamente com base nos critérios deste Edital.

23.1.5 Antes do aviso oficial do resultado, não serão fornecidas informações a quem quer que seja sobre análise, avaliação, comparação das Propostas Técnicas e de Preços ou adjudicação do objeto, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade pela Comissão Permanente de Licitação e pela Subcomissão Técnica, conforme os modelos do subitem 20.4.1.

23.1.6 Qualquer tentativa de influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no julgamento das Propostas Técnicas e de Preços implicará desclassificação da licitante.

23.1.7 Durante a apreciação das Propostas Técnicas, de Preços e dos Documentos de Habilitação, não será permitida a retirada de documentos do recinto nem sua reprodução, por qualquer meio, inclusive fotografia.

23.1.8 A Comissão Permanente de Licitação poderá alterar datas ou pautas, antecipar ou suspender sessões, conforme a evolução dos trabalhos, observadas as normas legais.

Primeira Sessão

23.2 A primeira sessão pública ocorrerá na data, hora e local do subitem 9.2, com a seguinte pauta inicial:

a) identificar representantes das licitantes, conforme subitem 8.1;

b) verificar o atendimento às condições de participação (item 4) e registrar em ata eventuais descumprimentos;

c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes aptas;

d) conferir a conformidade desses invólucros às regras do Edital.

23.2.1 O Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) somente será recebido se:

a) não contiver qualquer identificação;

b) não trazer marca, sinal, etiqueta ou elemento que permita a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar identificação antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.1.1 Verificada qualquer hipótese das alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem anterior, a Comissão não receberá o Invólucro nº 1, o que impedirá o recebimento dos demais invólucros da mesma licitante.

23.2.2 A sessão prosseguirá com a pauta:

a) rubricar, no fecho, sem abrir, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão sob guarda da Comissão, separados dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seus conteúdos;

d) disponibilizar aos representantes, para exame e rubrica, os documentos dos Invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão, conforme item 21.

23.2.2.1 Antes da alínea ‘b’ do subitem 23.2.2, a Comissão adotará medidas para evitar que seus membros ou representantes identifiquem, ainda que acidentalmente, a autoria de algum Plano – Via Não Identificada.

23.2.2.1.1 Antes da abertura para rubrica pelos presentes, os Invólucros nº 1 serão misturados, de modo a inviabilizar a vinculação à ordem de entrega.

23.2.2.2 Constatada ocorrência que inequivocamente possibilite identificar a autoria do Plano – Via Não Identificada, a licitante será desclassificada, permanecendo a Comissão de posse de todos os seus invólucros até o término do prazo recursal da fase.

23.2.3 A Comissão não lançará códigos, sinais ou marcas nos Invólucros nº 1 ou nos conteúdos do Plano – Via Não Identificada, excetuadas as rubricas mencionadas no subitem 23.2.2(b).

23.2.4 Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, não será admitida desistência da Proposta, salvo motivo justo e superveniente, aceito pela Comissão.

23.2.5 Estando as licitantes de acordo com as decisões da primeira sessão, os procedimentos seguirão o subitem 23.2.6 e seguintes. Em caso contrário, a Comissão divulgará o resultado (item 21) e abrirá prazo de 05 (cinco) dias úteis para recursos.

23.2.5.1 Havendo manifestação expressa de intenção de recorrer, a Comissão divulgará o resultado (item 21) e abrirá o prazo recursal, nos termos do item 22.

23.2.6 Não havendo recurso, havendo sua desistência, ou após o julgamento dos recursos, observar-se-á, nesta ordem:

a) encaminhamento, à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 com eventuais questionamentos e respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento dos Invólucros nº 1, conforme critérios do Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 e de planilha com pontuações e justificativas, e devolução à Comissão;

d) somente então, encaminhamento, à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3;

e) análise individualizada e julgamento dos Invólucros nº 3, conforme critérios do Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 e planilha com pontuações e justificativas, e devolução à Comissão.

23.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.5, a pontuação atribuída a cada quesito/subquesito será lançada em planilhas acondicionadas em envelope fechado e rubricado pelos membros da Subcomissão até expirar o prazo recursal da fase.

23.2.6.2 O subitem anterior não se aplica à hipótese da alínea 'a' do subitem 12.5 (quebra de anonimato do Plano – Via Não Identificada).

23.2.7 As planilhas das alíneas 'c' e 'f' do subitem 23.2.6 conterão, respectivamente: (i) a pontuação de cada membro da Subcomissão para cada subquesito do Plano – Via Não Identificada; e (ii) as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos, por licitante.

Segunda Sessão

23.3 Recebidas as atas e planilhas de julgamento dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão convocará as licitantes (item 21) para a segunda sessão pública, com a seguinte pauta:

a) identificar representantes e colher assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 2;

c) cotejar os Planos – Via Identificada (Invólucro nº 2) com os Planos – Via Não Identificada (Invólucro nº 1) para identificação de autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações por quesito de cada Proposta Técnica;

e) identificar a Pontuação Técnica de cada licitante (subitem 12.5) e informar que será publicada (item 21), com a indicação de classificadas e desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo recursal (item 22).

23.3.1 Caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em eventuais recursos relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, quando solicitada pela Comissão.

Terceira Sessão

23.4 Não havendo recurso, havendo desistência, ou após o julgamento dos recursos, a Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico (item 21) para a terceira sessão pública, com a pauta:

a) identificar representantes e colher assinaturas;

b) identificar o Índice Técnico (IT) de cada licitante, na forma do subitem 15.2;

c) abrir os Invólucros nº 4 (Propostas de Preços), cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão e pelos representantes presentes (ou comissão por eles indicada);

d) disponibilizar os documentos dos Invólucros nº 4 para exame;

e) analisar o atendimento às exigências do Edital para a Proposta de Preços e julgar conforme os critérios estabelecidos;

f) identificar as Pontuações Parciais de Preço (PPP) (subitem 15.4);

g) identificar o Índice de Preços (IP) (subitem 16.3);

h) identificar a Pontuação Final (PF) (subitem 16.4);

i) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final será publicado (item 21), com a ordem de classificação e abertura de prazo recursal (item 22).

Quarta Sessão

23.5 Não havendo recurso, havendo desistência, ou após o julgamento dos recursos, a Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final (item 21) para a quarta sessão pública, com a pauta:

a) identificar representantes e colher assinaturas;

b) verificar a manutenção das condições de participação (item 4) e registrar em ata eventuais descumprimentos;

- c) receber e abrir os Invólucros nº 5, com rubrica dos membros da Comissão e dos representantes presentes (ou comissão por eles indicada);
- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com o Edital e a legislação;
- e) disponibilizar os documentos dos Invólucros nº 5 para exame;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar sua publicação (item 21), com a indicação de habilitadas e inhabilitadas, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para recurso, conforme art. 165, I, §1º, da Lei nº 14.133/2021;
- g) informar que será publicado (item 21) o nome da vencedora, se não houver recursos, houver desistência, ou após o julgamento dos recursos.

24. Homologação e Adjudicação

24.1 Inexistindo recurso na fase de habilitação, havendo desistência, ou após o julgamento dos recursos, será homologado o resultado e adjudicado o objeto à licitante vencedora, observado o subitem 31.10.

24.2 Após a homologação, o presidente da Comissão Permanente de Licitação elaborará e encaminhará relatório com a exposição dos principais atos e fatos do processamento licitatório.

25. Condições Pré-contratuais

25.1 A licitante vencedora terá 10 (dez) dias da convocação para assinar o contrato, conforme minuta do Anexo IV.

25.1.1 O prazo poderá ser prorrogado, a juízo da Prefeitura, diante de justificativas apresentadas pela vencedora.

25.1.1.1 Se a vencedora não comparecer para assinatura, a Prefeitura poderá convocar as remanescentes, observada a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar em igual prazo e nas mesmas condições, ou revogar a concorrência, independentemente da cominação prevista no § 5º do art. 90 da Lei nº 14.133/2021.

25.2 Antes da celebração do contrato, o ANUNCIANTE consultará CADIN (Lei nº 10.522/2002, art. 6º, III), CEIS (Portal da Transparência/CGU) e o Cadastro Nacional de Condenações por Ato de Improbidade (CNJ), em harmonia com o Acórdão TCU nº 1793/2011 – Plenário.

25.3 O contrato terá duração de 12 (doze) meses a partir da assinatura, podendo ser prorrogado nos termos da Minuta (Anexo IV).

25.4 A Prefeitura poderá rescindir o contrato a qualquer tempo, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme a Minuta (Anexo IV).

25.5 A contratada manterá, durante a execução, as condições de qualificação e habilitação, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento referida no §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

25.6 Integrarão o contrato, independentemente de transcrição, as condições do Edital, os elementos da proposta vencedora que fundamentaram o julgamento e a Proposta de menor preço.

26. Obrigações da CONTRATADA e do CONTRATANTE

26.1 As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, relativas à execução do contrato, constam das Cláusulas Quinta e Sexta da Minuta (Anexo IV).

27. Fiscalização

27.1 A Prefeitura nomeará gestor e fiscal, titulares e substitutos, para acompanhar e fiscalizar a execução contratual, registrando em relatório as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas observadas e podendo notificar a contratada para imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da Minuta (Anexo IV).

28. Remuneração e Pagamento

28.1 A remuneração da contratada pelos serviços prestados observará a Cláusula Nona da Minuta de Contrato (Anexo IV), tomando por base os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, nos termos do item 15 deste Edital.

29. Sanções Administrativas

29.1 À licitante vencedora poderá ser aplicada multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 3.1, independentemente de outras sanções previstas na Lei nº 14.133/2021, nas seguintes hipóteses:

- a) recusa injustificada em assinar o contrato no prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, em nível que inviabilize a contratação.

29.1.1 O disposto no subitem antecedente não se aplica à licitante convocada na forma do subitem 25.1.1.1 deste Edital.

29.2 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pela Prefeitura, poderá ensejar as sanções legais e contratuais cabíveis, nos termos da Cláusula Décima Terceira da Minuta de Contrato (Anexo IV), sem prejuízo das demais cominações aplicáveis.

30. Disposições Finais

30.1 A Comissão Permanente de Licitação poderá, em qualquer fase, promover diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documentos ou informações que deveriam constar originariamente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

30.2 Mediante solicitação expressa da Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação poderá realizar vistoria da infraestrutura indicada nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), a ser disponibilizada à Prefeitura para a execução contratual.

30.3 Nas situações previstas nos subitens 30.1 e 30.2, a Comissão deverá preservar o sigilo de autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada até a abertura do Invólucro nº 2.

30.4 Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada caso sobrevenha fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

30.4.1 Ocorrendo a hipótese do subitem anterior, a Prefeitura poderá convocar as remanescentes, observada a ordem de classificação das Propostas Técnicas, ou revogar a concorrência.

30.5 Se, durante a execução, o contrato não for prorrogado ou for rescindido nos casos previstos em lei e no próprio instrumento, a Prefeitura poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade ao objeto, desde que concordem e assumam integralmente as condições e exigências aplicáveis à signatária.

30.6 É vedado o emprego de elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, afetar o princípio da isonomia entre as licitantes.

30.7 Havendo indícios de conluio entre licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Prefeitura comunicará os fatos ao órgão competente.

30.8 É proibido a qualquer licitante obstar o curso regular do processo por meio de recursos ou expedientes meramente protelatórios, sujeitando-se às sanções legais e administrativas cabíveis, conforme a Lei nº 14.133/2021.

30.9 Antes do aviso oficial do resultado, não serão fornecidas informações relativas à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre Propostas.

30.10 Mediante decisão motivada e parecer jurídico prévio, a concorrência poderá ser anulada por ilegalidade ou revogada por razões de interesse público, nos termos dos arts. 71 e 148 da Lei nº 14.133/2021, assegurados o contraditório e a ampla defesa à contratada.

30.10.1 A nulidade do procedimento licitatório acarreta a do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

30.10.2 A Prefeitura poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho decorrente desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que o ato seja motivado e assegure à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação venha a ser anulada por dispositivo legal que a autorize.

30.10.3 Sem prejuízo do disposto nos subitens anteriores, aplicam-se às hipóteses de rescisão, sanções e penalidades as regras dos arts. 156 a 158 da Lei nº 14.133/2021 (rescisão unilateral, amigável e judicial e respectivos efeitos), bem como o art. 17 da Lei nº 12.232/2010 (penalidades específicas nas contratações de publicidade) e, se houver norma municipal vigente, o Decreto Federal nº 11.246/2022 sobre sanções administrativas e impedimentos para licitar ou contratar.

30.11 Antes da data de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão poderá, por interesse público e por iniciativa própria, ou em razão de esclarecimentos ou impugnações, alterar este Edital, reabrindo-se os prazos para apresentação das Propostas, exceto quando a alteração não impactar sua formulação.

30.12 Correrão por conta da Prefeitura as despesas relativas à formalização do contrato, incluída sua publicação, que deverá ocorrer em extrato, no Diário Oficial dos Municípios, nos termos do parágrafo único do art. 89, §1º, da Lei nº 14.133/2021.

30.13 As questões decorrentes deste Edital serão processadas e julgadas no Foro da Comarca de Sertânia/PE, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

30.14 Integram este Edital os seguintes Anexos:

- a) Anexo I – Briefing;
- b) Anexo II – Modelo de Procuração;
- c) Anexo III – Modelo de Proposta de Preços;
- d) Anexo IV – Minuta de Contrato.

Sertania – PE outubro de 2025



Tesoureiro Municipal – Gestor do Fundo Geral

Marta Cristina Pereira de Lira Fonte

Secretária de Educação – Gestora do Fundo Municipal de Educação

Deysiane Maria da Silva

Secretária de Saúde – Gestora do Fundo Municipal de Saúde

Teresa Raquel Rufino de Siqueira Viana

Secretária de Assistência Social – Gestora do Fundo Municipal de Assistência Social

ANEXO I

Briefing

1. Descrição

Sertânia é um município pernambucano localizado no Sertão do Moxotó, região Nordeste do Brasil.

Possui área de 2.421,51 km², altitude média de 558 metros, e uma população caracterizada pela hospitalidade e pela forte identidade sertaneja.

Aniversário de Emancipação: 24 de maio de 1873

Clima: Semiárido (BSh)

Coordenadas: 8°04'14"S, 37°15'57"O

Densidade Demográfica: 13,5 hab./km²

Conhecida como “Princesa do Moxotó”, Sertânia é cortada pelo Rio Moxotó, que simboliza a vitalidade e a resistência do povo sertanejo — atributos que marcam a essência e a trajetória do município.

2. História

O surgimento de Sertânia se confunde com uma história de amor. Segundo o escritor Ulysses Lins de Albuquerque, o povoado que deu origem à cidade formou-se no século XVII, nas margens do Rio Moxotó.

Entre os primeiros habitantes estavam Raimundo Ferreira de Brito e Leandra Nunes Vasconcelos, pais de Catarina Ferreira dos Santos, que se apaixonou por Antônio Alves de Souza, um boiadeiro vindo de Vitória de Santo Antão. O casamento em 1780 simbolizou a união de duas tradições e deu origem à fazenda Alagoa de Baixo, núcleo inicial da futura cidade.

O povoado cresceu ao redor de uma capela erguida por Antônio e Catarina, tornando-se vila em 24 de maio de 1873. Décadas depois, por sugestão do próprio Ulysses Lins, o nome foi alterado para Sertânia, expressão que traduz o sentimento de pertencimento e orgulho sertanejo. Sertânia, portanto, é uma cidade que nasceu de um amor — e que continua sendo movida por ele.

3. Conceito

As agências candidatas deverão demonstrar plena capacidade técnica e criativa para planejar, desenvolver e operacionalizar ações publicitárias integradas que reforcem o valor institucional e afetivo de Sertânia.

A comunicação deve exaltar o orgulho e o amor do sertaniense por sua cidade, traduzindo a emoção de pertencer a um lugar que guarda história, cultura, tradição e resiliência. Mais do que divulgar, o desafio é emocionar — transformar o amor local em narrativa coletiva.

4. Desafio de Comunicação

Desenvolver uma campanha simulada com o tema:

“SERTÂNIA: AMOR QUE CORRE EM NOSSAS VEIAS”

A proposta deve partir do simbolismo do Rio Moxotó, fio condutor da vida e metáfora da ligação afetiva que une o povo sertaniense. Assim como o rio atravessa o município, o amor por Sertânia também corre em cada habitante, inspirando pertencimento e identidade.

As peças e ações deverão mobilizar a população em torno dessa ideia central, reforçando o orgulho local e valorizando as origens históricas do município — nascido, literalmente, de uma história de amor.

5. Objetivos Gerais

Reforçar a identidade cultural e afetiva de Sertânia;

Posicionar o município como um símbolo de amor, tradição e orgulho sertanejo;

Estimular a participação e o sentimento de pertencimento dos cidadãos;

Valorizar a imagem institucional da Prefeitura como promotora de integração social e valorização das raízes locais.

6. Objetivos Específicos

Cada proponente deverá apresentar uma campanha completa e coerente com o conceito central, demonstrando domínio técnico e criativo em:

Planejamento de mídia e cronograma de execução;

Peças publicitárias para diferentes formatos e plataformas;

Textos informativos e persuasivos;

Layouts, roteiros, storyboards, cards e spots de rádio (opcional, mas recomendável).

As propostas devem evidenciar clareza estratégica, originalidade e economicidade, respeitando os princípios da Lei nº 12.232/2010 e o interesse público.

7. Público-alvo

População do município de Sertânia — abrangendo todas as faixas etárias, perfis sociais e econômicos, com atenção especial às famílias, aos jovens e à comunidade local.

8. Mídia a Utilizar

A escolha dos meios e formatos é livre, a critério de cada proponente, desde que adequada ao conceito criativo e à realidade do município, priorizando mídias de grande alcance e alto impacto social com baixo custo operacional.

9. Tema da Campanha

“SERTÂNIA: AMOR QUE CORRE EM NOSSAS VEIAS”

10. Praça

Município de Sertânia – PE.

11. Verba Referencial - Período

Para efeito de avaliação, o(s) licitante(s) deverá(ão) apresentar campanha simulada para a Prefeitura Municipal de Sertânia, com valor estimado de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais) e duração de 30 (trinta) dias, com base no tema “SERTÂNIA: AMOR QUE CORRE EM NOSSAS VEIAS”, conforme as orientações deste Briefing.

12. Considerações Finais

As propostas deverão revelar criatividade, pertinência e compromisso com a realidade local. Mais do que grandes produções, espera-se das concorrentes soluções comunicacionais inteligentes, acessíveis e de alta empatia popular, capazes de mobilizar corações e mentes.

Conhecer o perfil psicográfico e sociocultural dos sertanienses será determinante para o êxito da campanha, que deve equilibrar emoção e racionalidade, tradição e inovação, afeto e técnica.

TERMO DE REFERÊNCIA

1.0. Do Objeto

1.1 Contratação de serviços de publicidade, a serem prestados por intermédio de agência de propaganda, abrangendo o conjunto integrado de atividades voltadas ao estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como à distribuição de ações publicitárias junto aos públicos de interesse.

2.0. Justificativa

Em atendimento ao art. 18 da Lei nº 12.232/2010 e, de forma subsidiária, à Lei nº 14.133/2021, apresenta-se este Termo de Referência, que delimita o objeto, fixa os critérios de julgamento e define as condições técnicas da contratação.

A comunicação do Poder Executivo Municipal pauta-se nos princípios de que informar é dever da Administração e direito da população. Deve, portanto, perseguir fins de interesse público, assumindo caráter educativo, informativo e de orientação social.

É por meio da comunicação institucional que a sociedade é esclarecida sobre direitos e deveres, sobre ações governamentais e sobre os benefícios delas decorrentes, fortalecendo a cidadania. Compete à Comunicação Social dar visibilidade a programas, ações e projetos do Poder Executivo, assegurando coerência com os eixos estratégicos prioritários: desenvolvimento social com equidade, com ênfase em saúde e educação, e estímulo à produção de bens e serviços que promovam melhor distribuição do crescimento, por meio da geração de trabalho e renda.

Dessa forma, busca-se unidade na divulgação das ações do Poder Executivo Municipal, resguardando-se a identidade institucional e respeitando as singularidades e atribuições de cada órgão.

3.0. Da Modalidade de Licitação Escolhida

3.1 Considerando o valor estimado da contratação, o certame será realizado na modalidade Concorrência, do tipo Técnica e Preço, conforme art. 5º, II, da Lei nº 12.232/2010, aplicando-se, nos casos omissos, a Lei nº 14.133/2021.

4.0. Da Disponibilidade Orçamentária

4.1 O valor estimado para a contratação é de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) para os primeiros 12 (doze) meses, assim distribuído:

Fundo Geral: R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)

Educação: R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)

Saúde: R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)

Assistência Social: R\$ 100.000,00 (cem mil reais)

4.2 A previsão de recursos para o exercício de 2025 consta nas dotações orçamentárias a seguir (funcionais programáticas):

Em anexo

5.0. Das Obrigações da Contratada

5.1 São obrigações da CONTRATADA, além daquelas previstas no contrato ou dele decorrentes:

5.1.1 Atuar como organização completa, assegurando padrão elevado de qualidade nos serviços.

5.1.2 Centralizar a coordenação da publicidade da CONTRATANTE no Município, mantendo escritório, sucursal ou filial. A critério da CONTRATADA, poderão ser utilizados matriz ou representantes em outros Estados para criação, produção e serviços complementares, desde que preservadas as condições previamente acordadas.

5.1.3 Executar, com recursos próprios ou mediante contratação de fornecedores e veículos de divulgação, todos os serviços relacionados ao objeto, conforme especificações da CONTRATANTE.

5.1.4 Empregar os profissionais indicados na Proposta Técnica, admitida a substituição por outros de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

5.1.5 Buscar melhores condições comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.

5.1.5.1 Pertencem à CONTRATANTE as vantagens negociadas na compra de mídia, incluídos descontos e bonificações em espaço/tempo ou reaplicações concedidas por veículos.

5.1.5.1.1 O disposto acima não alcança planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.5.2 O desconto por antecipação de pagamento será igualmente repassado à CONTRATANTE, se esta quitar compromissos antes do prazo.

5.1.5.3 A CONTRATADA não poderá privilegiar ou preterir veículos em razão de planos de incentivo; a escolha deverá obedecer a pesquisas e critérios técnicos.

5.1.5.3.1 O descumprimento do item anterior constitui grave violação contratual e poderá ensejar processo administrativo e sanções.

5.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço (até os percentuais máximos dos subitens 8.2.1.1 e 8.2.2) para direitos patrimoniais de obras protegidas e reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.7.1 A CONTRATANTE verificará, previamente, a adequação de preços de bens e serviços especializados, podendo utilizar SIREF ou realizar cotações diretas.

5.1.7.2 A CONTRATANTE poderá supervisionar a seleção de fornecedores feita pela CONTRATADA quando o valor for $\leq 0,5\%$ do valor global do contrato.

5.1.7.3 A CONTRATADA deverá alertar fornecedores (quando aplicável) sobre os arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010 na produção de peças para TV e cinema.

5.1.7.4 Informar por escrito aos fornecedores sobre as condições da Cláusula Décima relativas à reutilização de peças e aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.7.5 O subitem 5.1.7.3 não se aplica a compra de mídia.

5.1.8 Submeter a anuência prévia e expressa da CONTRATANTE a contratação de fornecedores para execução do objeto.

5.1.8.1 É vedada cotação junto a fornecedores quando:

I) houver participação societária comum em um mesmo procedimento;

II) haja vínculo societário, comercial ou parentesco até o 3º grau com dirigente/empregado da CONTRATADA.

5.1.9 Obter autorização prévia e escrita da CONTRATANTE para realizar despesas com bens/serviços especializados, veiculação e correlatas.

5.1.9.1 A reserva/compra de mídia só poderá ocorrer por ordem e conta da CONTRATANTE e com autorização expressa.

5.1.9.1.1 A autorização não exime a CONTRATADA da responsabilidade técnica pela seleção dos veículos nos planejamentos de mídia.

5.1.9.1.2 Para veiculação on-line, providenciar Termo de Conduta do veículo (ou parceiros) em conformidade com o Marco Civil da Internet, evitando associação a conteúdos/atividades ilegais.

5.1.10 Apresentar, para aprovação do plano de mídia, a relação de meios, praças e veículos com possibilidade (ou impossibilidade) de checagem independente de veiculação, com as devidas justificativas, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11 Alternativamente, apresentar estudo prévio sobre meios/praças/veículos com (im)possibilidade de checagem independente, com justificativas, para negociação global, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1 O estudo deverá considerar os meios/praças/veículos usualmente programados, visando negociação global do que é oneroso ou suportável.

5.1.11.1.1 O resultado da negociação vigora por 12 (doze) meses a partir da assinatura do contrato.

5.1.11.1.2 Ao final de cada período de 12 meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, válido para os 12 meses seguintes.

5.1.11.1.3 Havendo fato superveniente que altere significativamente o estudo, a CONTRATANTE poderá exigir revisão e negociar novo período de vigência.

5.1.12 Fornecer, quando solicitado e sem ônus, cópias de peças produzidas (não destinadas à mídia paga), nos formatos:

a) TV e Cinema: XDCAM, DVD ou arquivos digitais;

b) Internet: arquivos digitais;

c) Rádio: arquivos digitais;

d) Mídia impressa/material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.12.1 As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, quando atender à solicitação.

5.1.13 Manter, por mínimo de 5 (cinco) anos após a extinção contratual, acervo comprobatório de todos os serviços e peças, com informação sobre prazos de cessão de direitos autorais.

5.1.14 Orientar a produção e impressão das peças gráficas aprovadas.

5.1.15 Adotar imediatamente providências diante de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções solicitadas pela CONTRATANTE, respeitadas as obrigações já assumidas e os honorários devidos até então (salvo culpa da CONTRATADA ou de seus fornecedores/veículos).

5.1.16 Não divulgar informações sobre a prestação dos serviços envolvendo o nome da CONTRATANTE sem autorização prévia e expressa.

5.1.17 Esclarecer à CONTRATANTE, quando solicitado ou se necessário, atos/fatos desabonadores que envolvam a CONTRATADA.

5.1.18 Manter, durante toda a execução, as condições de habilitação e qualificação, inclusive a certificação de qualificação técnica de funcionamento (art. 4º, §1º, da Lei nº 12.232/2010).

5.1.19 Cumprir legislação aplicável (federal, estadual e municipal) e responsabilizar-se por prejuízos decorrentes de infrações, inclusive, quando cabível, normas estrangeiras em trabalhos realizados no exterior.

5.1.20 Observar a legislação trabalhista e securitária quanto a seus empregados e, quando cabível, aos empregados de fornecedores contratados.

5.1.21 Assumir, com exclusividade, tributos, taxas, contribuições, encargos trabalhistas e previdenciários, prêmios de seguro e demais despesas necessárias ao cumprimento do objeto.

5.1.22 Responder por recolhimentos indevidos ou omissões tributárias que incidam sobre os serviços.

5.1.23 Apresentar, quando solicitado, comprovações de regularidade trabalhista, previdenciária e fiscal.

5.1.24 Cumprir os contratos firmados com fornecedores e veículos, respondendo por seus efeitos perante terceiros e a CONTRATANTE.

5.1.25 Manter sigilo absoluto sobre dados e estratégias da CONTRATANTE.

5.1.25.1 A infração poderá ensejar rescisão, aplicação da Lei nº 9.279/1996 e indenizações por perdas e danos.

5.1.26 Responder por prejuízos decorrentes de demora, omissão ou erro na condução de serviços, veiculação ou quaisquer atividades do contrato.

5.1.27 Responder por ônus decorrentes de omissões ou erros em estimativas de custos que gerem aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

5.1.28 Responder por ações, custos e despesas de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados; e por responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais relacionadas ao contrato.

5.1.28.1 Em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços, a CONTRATADA adotará medidas para resguardar a CONTRATANTE; havendo condenação, reembolsará os valores pagos no prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar do pagamento.

5.1.29 Responder por ações baseadas em propriedade intelectual e direitos autorais relacionadas aos serviços contratados.

5.1.30 Adotar boas práticas de sustentabilidade (uso eficiente de recursos, redução de desperdícios e mitigação de impactos), conforme arts. 11, III, e 25, §9º, da Lei nº 14.133/2021, e Decreto nº 7.746/2012.

6.0. Das Obrigações da Contratante

6.1 São obrigações da CONTRATANTE, além daquelas previstas no contrato ou dele decorrentes:

a) cumprir os compromissos financeiros assumidos;

- b) fornecer informações e elementos necessários à execução;
- c) assegurar condições para a boa execução;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas de honorários e de contratação de terceiros;
- e) notificar a CONTRATADA, formal e tempestivamente, sobre irregularidades;
- f) comunicar multas, penalidades e débitos de responsabilidade da CONTRATADA;
- g) efetuar pagamentos nas condições e preços pactuados.

6.2 A critério da CONTRATANTE, a campanha apresentada na Proposta Técnica poderá ser produzida e distribuída durante a vigência, com ou sem ajustes.

6.3 As comunicações serão escritas; admite-se, excepcionalmente, mensagem eletrônica quando a formalidade legal o permitir.

7.0. Fiscalização e Aceitação

7.1 A CONTRATANTE fiscalizará a execução e verificará o atendimento às especificações, podendo rejeitar serviços, total ou parcialmente, quando em desconformidade.

7.1.1 Serão nomeados gestor e fiscal (titular e substituto) para acompanhar e registrar ocorrências e notificar a CONTRATADA para correção imediata.

7.2 A fiscalização não afasta a responsabilidade exclusiva da CONTRATADA pela perfeita execução.

7.3 A não aceitação de serviços não implica prorrogação de prazos, salvo anuência expressa da CONTRATANTE.

7.4 Serviços reputados não aceitáveis deverão ser refeitos ou reparados pela CONTRATADA, nos prazos fixados, sem ônus para a CONTRATANTE.

7.5 A autorização de planos de mídia e serviços não exime a CONTRATADA da responsabilidade técnica e da comprovação de veiculações e serviços.

7.6 A ausência de comunicação de irregularidades não exime a CONTRATADA de suas responsabilidades.

7.7 A CONTRATADA deverá franquear o acesso à fiscalização, fornecendo informações e documentos e atendendo às exigências.

7.8 A CONTRATADA permitirá acesso da auditoria interna ou externa indicada pela CONTRATANTE a todos os documentos relativos aos serviços.

7.9 É facultado à CONTRATANTE acompanhar todos os serviços, com a presença de representante da CONTRATADA.

7.10 A CONTRATANTE avaliará os serviços prestados ao menos 2 (dois) meses antes do término de cada período de 12 meses.

7.10.1 A avaliação servirá para correções, decisão sobre prorrogação ou rescisão e emissão de declarações de desempenho quando solicitadas.

7.10.2 Cópia do instrumento de avaliação será encaminhada ao fiscal do contrato e ficará disponível aos órgãos de controle interno e externo.

8.0 Das Condições de Habilitação

8.1 Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atenda a todas as condições estabelecidas neste Edital e apresente a documentação exigida.

8.2 Fica vedada a participação de agência de propaganda:

- a) que esteja cumprindo suspensão temporária do direito de licitar ou impedimento de contratar com o Governo Municipal;
- b) cuja falência tenha sido decretada, ou que se encontre em concurso de credores, recuperação judicial/extrajudicial, liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) declarada inidônea por Administração Pública federal, estadual ou municipal;
- d) estrangeira que não funcione no País;
- e) reunida em consórcio;
- f) que atuar sem fins lucrativos.

8.2.1 Para verificar as condições de participação, serão consultados o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência da CGU, e o Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), no Portal do CNJ, em consonância com o Acórdão nº 1793/2011 – Plenário/TCU.

8.3 Nenhuma licitante poderá participar com mais de uma proposta, seja isoladamente ou por consórcio.

8.4 A participação implica aceite tácito de que a licitante: recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado (subitem 10.1.1.1) e as informações necessárias; aceita plena e irrevogavelmente todos os termos, cláusulas e condições deste Edital; observa os preceitos legais e regulamentares em vigor; e responde pela fidelidade e legitimidade das informações e documentos apresentados em qualquer fase.

8.5 Todos os custos de elaboração e apresentação da Proposta Técnica, Proposta de Preços e Documentos de Habilitação correm por conta exclusiva da licitante, não cabendo ao ANUNCIANTE, em hipótese alguma, qualquer ressarcimento, independentemente da condução ou do resultado do certame.

9.0 Do Prazo de Vigência

9.1 O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura.

9.1.1 A CONTRATANTE poderá prorrogar a vigência, mediante acordo entre as partes, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

10.0 Apresentação da Proposta Técnica

10.1 A licitante deverá estruturar sua Proposta Técnica conforme os quesitos e subquesitos definidos neste Edital, observando rigorosamente as especificações formais, limites e demais condições aplicáveis.

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

10.1.1 A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, ressalvadas expressões técnicas de uso corrente, com clareza e sem emendas ou rasuras.

10.2 Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante observará as orientações abaixo:

a) apresentação em caderno único, formato retrato, com espiral preto à esquerda;

- b) capa e contracapa em papel A4 branco 90 g/m², ambas sem impressão;
- c) miolo em papel A4 branco 75 g/m², orientação retrato, conforme a alínea “c2” do subitem 10.2.2;
- d) margens: 2 cm à esquerda e 2 cm à direita, a partir das bordas;
- e) títulos, subtítulos e parágrafos sem recuos;
- f) entrelinhas simples e, opcionalmente, espaço duplo após títulos, subtítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado;
- h) texto e paginação em Arial, preto, 12 pt, conforme subitens 10.2.1, 10.2.2 e 10.2.3;
- i) numeração de todas as páginas no canto inferior direito, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) vedada qualquer identificação da licitante.

10.2.1 As especificações do subitem 10.2 não se aplicam às peças referidas na alínea “b” do subitem 10.3.3 e à indicação prevista no subitem 10.3.3.3.6.

10.2.2 Nos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária, admitem-se gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observando:

- a) podem ser coloridos;
- b) fonte Arial, entre 8 pt e 12 pt;
- c) as páginas que os contiverem poderão:
 - c1) ser apresentadas em papel A3 dobrado (para o limite do subitem 10.2.6, cada A3 contará como duas páginas A4);
 - c2) ser impressas em paisagem.

10.2.3 Para o subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia, os gráficos/quadros/tabelas/planilhas poderão:

- I – ser coloridos;
- II – utilizar fontes e tamanhos usuais nesse tipo de documento;
- III – adotar qualquer formatação de margem;
- IV – ser apresentados em papel A3 dobrado.

10.2.3.1 As páginas desse subquesto podem ser impressas em paisagem.

10.2.4 Os exemplos de peças do subquesto Ideia Criativa devem ser apresentados separadamente do caderno indicado na alínea “a” do subitem 10.2.

10.2.4.1 Esses exemplos devem caber no Invólucro nº 1, observando as alíneas “c” dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e o subitem 23.2.1.1.

10.2.5 O Plano – Via Não Identificada não pode conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer elemento que permita identificar a autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

10.2.6 O texto do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea “a” do subitem 10.3.3 está limitado, em conjunto, a 10 (dez) páginas.

10.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limite de páginas, devendo a licitante atentar ao disposto nas alíneas “c” dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1.

10.2.8 Para esta concorrência, não mídia são meios publicitários off-line que não envolvem compra de espaço/tempo em veículos para transmitir mensagens a públicos determinados.

10.2.9 Podem ser usadas páginas isoladas apenas para indicar o Plano e seus subquestos. Não contam para o limite do subitem 10.2.6 e devem seguir, no que couber, o subitem 10.2.

10.3 A licitante apresentará o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo I), observando:

10.3.1 **Subquesto 1 – Raciocínio Básico:** apresentação que descreva:

a) análise das características e especificidades da Prefeitura Municipal e de seu papel no contexto em que se insere;

b) diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária identificadas;

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

10.3.2 **Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação e defesa da estratégia proposta para superar o desafio e alcançar os objetivos, com base no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a solução publicitária;

b) proposição e defesa dos pontos centrais da estratégia: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer; e quais meios/instrumentos/ferramentas utilizar.

10.3.3 **Subquesto 3 – Ideia Criativa:** apresentação da proposta de campanha, contemplando:

a) relação de todas as peças julgadas necessárias para superar o desafio e atingir os objetivos do Briefing, com descrição de cada uma;

b) exemplos das peças listadas na alínea “a” que melhor materializem e ilustrem a proposta, conforme 10.3.3.2.

10.3.3.1 A descrição da alínea “a” limita-se à especificação de cada peça, à finalidade e às funções táticas na campanha.

10.3.3.2 Os exemplos da alínea “b” estão limitados a 5 (cinco), independentemente de meio/tipo/característica, e podem ser apresentados como:

a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b) “monstro” ou layout eletrônico, para rádio;

c) storyboard animado ou animatic, para TV, cinema e internet;

d) “boneca” ou layout montado de materiais de não mídia.

10.3.3.3.1 Peças gráficas podem ser impressas em tamanho real ou reduzido, sem limitação de cores, com/sem suporte ou passe-partout, observando o 10.2.4. Peças que não caibam no Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

10.3.3.3.2 No “monstro” ou layout eletrônico para rádio, podem ser inseridos trilha, ruídos de ambientação, vozes e locução.

10.3.3.3.3 No storyboard animado/animatic, admitem-se fotos e imagens estáticas, além de trilha, vozes e locução; vedadas imagens em movimento.

10.3.3.3.4 O “monstro”/layout eletrônico e o storyboard animado/animatic devem ser entregues em CD, DVD ou pen drive, executáveis em Windows.

10.3.3.3.4.1 Nessas mídias, é vedada qualquer identificação da licitante ou de anunciante; admite-se apenas a marca do fabricante.

10.3.3.3.5 Os exemplos não serão avaliados como peças finalizadas, servindo apenas como referência das propostas a produzir, independentemente da forma de apresentação.

10.3.3.3.6 Para facilitar o cotejo com a relação da alínea “a” do subitem 10.3.3, cada exemplo deve indicar o tipo de peça (p.ex.: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

10.3.3.4 Para contagem do limite de 5 (cinco) exemplos físicos, aplicam-se as regras:

a) reduções e variações de formato contam como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de kit entra no cômputo;

c) peça sequencial (revista/jornal, banners web, painéis de exterior, envelopamento, adesivagem de finger etc.) conta 1 (uma) peça se transmitir mensagem única;

d) hot site e todas as suas páginas contam 1 (uma) peça;

e) filme e o hotsite que o hospeda contam 2 (duas) peças;

f) banner e o hotsite de destino contam 2 (duas) peças.

10.3.3.4.1 Na proposta de hotsite (alínea “d” do subitem 10.3.3.4), é vedada a inserção de vídeos ou imagens em movimento.

10.3.4 Subquesto 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia: apresentação e defesa das soluções recomendadas, alinhadas à Estratégia de Comunicação Publicitária, incluindo:

I. Estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios da Prefeitura, em textos/tabelas/gráficos/planilhas;

II. Tática de mídia: detalhamento dos critérios técnicos para seleção de veículos, definição de investimentos, formatos e períodos de veiculação, em textos/tabelas/gráficos/planilhas;

III. Plano de mídia: planilhas de programação de inserções, com valores por veículo, formatos, períodos, quantidades, nomes de programas, faixas horárias e demais informações pertinentes;

IV. Simulação de cobertura e frequência (quando mensuráveis), em textos/tabelas/gráficos/planilhas.

10.3.4.1 Todas as peças listadas na alínea “a” do subitem 10.3.3 devem estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia.

10.3.4.2 O plano de mídia apresentará resumo geral com, no mínimo:

a) período de veiculação/exposição/distribuição das peças;

b) quantidades de inserções por veículos;

c) valores (absolutos e percentuais) alocados em veículos, por meio;

d) valores (absolutos e percentuais) de produção e execução técnica de cada peça destinada a veículos;

e) quantidades a produzir de cada peça de não mídia;

f) valores (absolutos e percentuais) de produção de cada peça de não mídia;

g) valores (absolutos e percentuais) de distribuição de cada peça de não mídia;

h) valores (absolutos e percentuais) destinados a formas inovadoras de comunicação publicitária, alinhadas a novas tecnologias.

10.3.4.3 Na simulação:

a) os preços de inserção serão os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

- b) não incluir veículos que não operem com tabela de preços;
- c) desconsiderar o repasse de parte do desconto de agência (art. 11 da Lei nº 4.680/1965);
- d) desconsiderar honorários e custos internos sobre bens e serviços especializados de fornecedores.

10.3.4.3.1 Se houver republicação do Edital com retomada do prazo legal, os preços de tabela da alínea “a” devem ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

10.4 O Plano – Via Identificada deverá ser cópia do Plano – Via Não Identificada, sem a Ideia Criativa, a fim de correlacionar a autoria, contendo:

I – identificação da licitante;

II – data;

III – assinatura na última página e rubrica nas demais, por representante com poderes, devidamente identificado conforme atos constitutivos.

10.5 **Quesito 2 – Capacidade de Atendimento:** apresentar em caderno específico, formato retrato, com/sem cores, em A4 (ou A3 dobrado), numerado a partir da primeira página interna, rubricado em todas e assinado na última por representante com poderes, devidamente identificado.

10.5.1 O caderno do subitem 10.5 não poderá conter qualquer elemento oriundo do Plano – Via Não Identificada que permita identificar a autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

10.6 A Capacidade de Atendimento deverá reunir textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos para apresentar:

- a) relação nominal dos principais clientes na época da licitação, com a data de início de atendimento;
- b) quantificação e qualificação (currículo resumido: nome, formação e experiência) dos profissionais disponíveis para o contrato, com áreas de atuação;
- c) infraestrutura e instalações à disposição do ANUNCIANTE;
- d) sistemática operacional de atendimento;
- e) informações de marketing e comunicação, pesquisas de audiência e auditoria de circulação/controle de mídia que serão disponibilizadas regularmente e sem ônus durante a vigência.

10.7 **Quesito 3 – Repertório:** apresentar documentos, informações e peças em caderno específico, formato retrato, com/sem cores, em A4 (ou A3 dobrado), numerado, rubricado e assinado conforme o subitem 10.5.

10.7.1 O material do subitem 10.7 não poderá conter qualquer elemento do Plano – Via Não Identificada que permita identificar a autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

10.8 O Repertório será composto por peças publicitárias concebidas e veiculadas/expostas/distribuídas pela licitante.

10.8.1 Devem ser apresentadas 08 (oito) peças, independentemente de tipo, característica ou forma de veiculação/exposição/distribuição.

10.8.1.1 As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2020.

10.8.1.2 Peças eletrônicas devem ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis em Windows, podendo integrar o caderno do 10.7 ou serem soltas.

10.8.1.3 Peças gráficas podem integrar o caderno do 10.7 ou serem soltas. Em qualquer caso, preservar a legibilidade e indicar as dimensões originais.

10.8.1.3.1 Se soltas, as peças podem ter qualquer formato, dobradas ou não.

10.8.2 Para cada peça, apresentar ficha técnica com: problema a resolver (síntese), identificação da licitante e do cliente, título, período de veiculação/exposição/distribuição e, quando houver veiculação, ao menos um veículo que a divulgou.

10.8.3 É vedada a inclusão de peças relativas a trabalhos solicitados ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Sertânia no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

10.9 Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: apresentar documentos, informações e peças em caderno específico, retrato, com/sem cores, em A4, numerado, rubricado e assinado na forma dos atos constitutivos.

10.9.1 O material do subitem 10.9 não poderá conter qualquer elemento do Plano – Via Não Identificada que permita identificar a autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

10.10 A licitante apresentará 02 (dois) Relatos, cada um com até 4 (quatro) páginas, descrevendo soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes para superar desafios de comunicação. Cada Relato:

I – não poderá tratar de ações solicitadas ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Sertânia no âmbito de seus contratos;

II – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, atestando sua autenticidade.

10.10.1 Os Relatos do subitem 10.10 devem referir-se a implementações a partir de 1º de janeiro de 2020.

11. Julgamento das Propostas Técnicas

11.1 A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, examinará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

11.2 Para o julgamento técnico, a Subcomissão Técnica considerará, em cada quesito e subquesito, os seguintes atributos da Proposta Técnica:

11.2.1 Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária

11.2.1.1 Subquesito 1 – Raciocínio Básico

- a) precisão na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação;
- b) pertinência dos aspectos relevantes apresentados frente às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) assertividade na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e na compreensão dos objetivos definidos no Briefing.

11.2.1.2 Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) amplitude de interpretações positivas do conceito para a comunicação do ANUNCIANTE com seus públicos;
- d) solidez técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) capacidade da licitante de articular conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos do Briefing;
- f) exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, diante da verba referencial.

11.2.1.3 Subquesito 3 – Ideia Criativa

- a) alinhamento da campanha à Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) pertinência da solução criativa à natureza do ANUNCIANTE, ao desafio e aos objetivos do Briefing;
- c) adequação das peças ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) compatibilidade das peças com os meios e veículos a que se destinam;
- e) originalidade da solução criativa e a variedade de leituras favoráveis que possibilita;
- f) clareza e precisão das mensagens e adequação da linguagem aos públicos-alvo;

g) viabilidade de produção das peças e dos demais elementos propostos, conforme a verba referencial.

11.2.1.4 Subquesto 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia às características da ação publicitária, à verba referencial e ao desafio e objetivos do Briefing;

b) consistência técnica na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;

c) demonstração de conhecimento consistente sobre hábitos de consumo de mídia dos segmentos de público-alvo;

d) adequação do uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento à Estratégia de Mídia e Não Mídia;

e) grau de eficiência e economicidade na utilização da verba referencial, evidenciados pela simulação de cobertura e frequência.

11.2.2 Quesito 2 – Capacidade de Atendimento

a) porte e tradição dos clientes (anunciantes) e o período de atendimento de cada um;

b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e adequação quantitativa e qualitativa desses profissionais às necessidades do ANUNCIANTE;

c) adequação da infraestrutura e das instalações disponibilizadas ao ANUNCIANTE para execução do contrato;

d) funcionalidade do relacionamento operacional entre ANUNCIANTE e licitante;

e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, pesquisas de audiência e auditorias de circulação e controle de mídia que serão regularmente disponibilizadas ao ANUNCIANTE.

11.2.3 Quesito 3 – Repertório

a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;

b) clareza e precisão das mensagens e adequação da linguagem aos meios e públicos-alvo;

c) qualidade de produção, execução e acabamento das peças.

11.2.4 Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) evidências de planejamento estratégico na proposição da solução publicitária;

b) demonstração de contribuição efetiva da solução para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

c) complexidade do desafio relatado e relevância dos resultados obtidos;

d) encadeamento lógico e clareza na exposição do Relato pela licitante.

11.3 A pontuação da Proposta Técnica é limitada a 100 (cem) pontos e será apurada conforme a metodologia a seguir.

11.3.1 Para definir a pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará exame comparativo entre as propostas apresentadas. A gradação refletirá o maior ou menor grau de aderência de cada proposta aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

11.3.2 Aos quesitos e subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos: (mantêm-se os mesmos limites e pesos previstos no Edital; inserir aqui a mesma distribuição de pontos constante do documento original).

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
Plano de Comunicação Publicitária		70%
SUBQUESITOS	Raciocínio Básico	10%
	Estratégia de Comunicação Publicitária	20%
	Ideia Criativa	20%
	Estratégia de Mídia e Não Mídia	20%
Capacidade de Atendimento		10%
Repertório		10%
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10%
PONTUAÇÃO TOTAL		100%

11.3.2.1 Caso a licitante não observe as quantidades previstas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para o Repertório e para os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, a pontuação máxima desses quesitos será ajustada proporcionalmente às quantidades efetivamente apresentadas, aplicando-se regra de três simples sobre as pontuações máximas indicadas no subitem 12.3.2 deste Edital.

11.3.3 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

11.3.4 Sempre que a diferença entre a maior e a menor nota de um quesito ou subquesito superar 20% da pontuação máxima desse item, a Subcomissão Técnica procederá à reavaliação para restabelecer o equilíbrio das notas, conforme os critérios objetivos deste Edital.

11.3.4.1 Persistindo a diferença após a reavaliação, os membros da Subcomissão Técnica responsáveis pelas notas dissonantes deverão registrar em ata as razões de manutenção das respectivas notas. A ata será assinada por todos os membros e integrará o processo licitatório.

11.4 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorra em qualquer das seguintes situações:

- a) conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer elemento que permita identificar a autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- b) não atingir o total mínimo de 75 (setenta e cinco) pontos;
- c) obter nota zero em qualquer quesito ou subquesito.

11.4.1 A Proposta Técnica que descumprir outras exigências deste Edital poderá ser desclassificada, conforme a gravidade da ocorrência, observado o subitem 20.4.

11.5 A Pontuação Técnica de cada licitante será a soma dos pontos dos quatro quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

11.5.1 A Pontuação Técnica da Licitante (PTL) será utilizada para apurar o seu Índice Técnico (IT) no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, nos termos do subitem 16.2.

12.0 Das Sanções

12.1 O descumprimento das obrigações pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE e ressalvadas as normas legais cabíveis, poderá ensejar as seguintes sanções administrativas:

I – Advertência;

II – Multa de mora e multa compensatória;

III – Suspensão temporária de participar de licitações e impedimento de contratar com a Administração por até 02 (dois) anos;

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

12.1.1 Nenhuma sanção será imposta sem processo administrativo, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

12.1.2 As sanções poderão ser relevadas, de forma motivada e por conveniência administrativa, mediante ato fundamentado da autoridade competente.

12.1.3 As sanções aplicadas serão registradas no SICAF pela CONTRATANTE.

12.1.3.1 A CONTRATANTE comunicará por escrito à CONTRATADA o registro da sanção no SICAF.

12.2 A aplicação das sanções observará:

I – advertências e multas: pelo fiscal do contrato ou autoridade competente;

II – suspensão temporária e proposta de declaração de inidoneidade: pela autoridade competente;

III – a declaração de inidoneidade: competência privativa do Município de Sertânia.

12.3 A advertência poderá ser aplicada quando houver:

I – descumprimento parcial das obrigações contratuais;

II – outras ocorrências que prejudiquem o andamento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, sem configurar hipótese de sanção mais grave.

12.4 A multa moratória poderá ser aplicada por atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos.

12.4.1 O atraso sujeitará a CONTRATADA às seguintes multas:

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

II – 66% (sessenta e seis por cento) por dia de atraso na entrega ou execução, a contar do primeiro dia útil após a data fixada, calculada sobre o valor da obrigação não cumprida, excepcionalmente, se houver justificativa plausível, a juízo da CONTRATANTE, quando o atraso exceder 30 (trinta) dias.

12.4.2 Atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias poderá caracterizar inexecução total do contrato, a critério da CONTRATANTE.

12.4.3 A CONTRATADA estará sujeita à multa compensatória de:

I – 1% (um por cento) sobre o valor da nota fiscal do material/serviço em que ocorreu a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou execução insatisfatória;

II – 1% (um por cento) sobre o valor a executar do contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária remanescente (o que for menor), nos casos de:

a) inexecução total do contrato;

b) interrupção da execução sem autorização prévia da CONTRATANTE;

III – até 1% (um por cento) sobre o valor a executar do contrato ou sobre o saldo da dotação (o que for menor), pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, observadas as regras acima.

12.5 A suspensão do direito de licitar e contratar poderá ser aplicada se a CONTRATADA, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução do ajuste, nos seguintes prazos:

I – até 06 (seis) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações que tenha causado prejuízo financeiro à CONTRATANTE;

II – até 02 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) prestação do serviço em desacordo com a PAP, PAV ou equivalente, após solicitação de correção;

c) prática de outras irregularidades que causem prejuízo à CONTRATANTE, ensejando rescisão por culpa da CONTRATADA;

d) condenação definitiva por fraude fiscal mediante meios dolosos;

e) apresentação de documento falso para participar da licitação ou para demonstrar manutenção das condições de habilitação, descoberta após a assinatura do contrato;

f) prática de crimes previstos nos arts. 178 a 187 da Lei nº 14.133/2021, durante o procedimento licitatório, identificada após a assinatura;

g) uso indevido ou divulgação de informações obtidas na execução do contrato, em benefício próprio ou de terceiros, sem autorização da CONTRATANTE.

12.6 A declaração de inidoneidade será aplicada quando constatadas má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da CONTRATANTE, interesses escusos, reincidência em faltas lesivas ou aplicação prévia de sanções sucessivas.

12.6.1 A declaração de inidoneidade também será aplicada se a CONTRATADA:

I – sofrer condenação definitiva por fraude fiscal;

II – revelar, a qualquer tempo, falta de idoneidade para licitar/contratar com a CONTRATANTE, por atos ilícitos praticados;

III – reproduzir, divulgar ou utilizar informações obtidas na execução do contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE.

12.6.2 A declaração de inidoneidade acarreta a proibição de contratar com a Administração até que cessem os motivos ou até a reabilitação perante a autoridade sancionadora, a qual será concedida após o ressarcimento dos prejuízos e o decurso do prazo da sanção.

12.7 Das sanções de advertência, multa e suspensão caberá recurso no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao recebimento da comunicação.

12.8 As sanções são independentes e podem ser aplicadas isolada ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo a CONTRATADA por indenização suplementar pelos prejuízos excedentes, nos termos do parágrafo único do art. 416 do Código Civil.

12.9 A aplicação das sanções contratuais não exclui outras penalidades administrativas (arts. 156 a 158 da Lei nº 14.133/2021) nem a responsabilização por perdas e danos (arts. 80 e 141 da mesma lei).

12.10 O valor das multas poderá ser descontado de faturas, cobrado diretamente ou judicialmente da CONTRATADA.

12.10.1 O valor das multas deverá ser recolhido em até 10 (dez) dias corridos a partir do recebimento da comunicação da CONTRATANTE.

13.0. Liquidação e Pagamento de Despesas

13.1 Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados previamente autorizados, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – nota fiscal emitida sem rasuras, legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ/MF nº _____, conforme ordem de serviço, com número do contrato e dados bancários (banco, agência e conta). Quando exigível, apresentar NF-e ou NFS-e, conforme regime tributário, fato gerador e domicílio tributário aplicáveis;

II – 1ª via do documento fiscal do fornecedor de bens/serviços ou do veículo de divulgação, emitido em nome da CONTRATANTE; quando exigível, NF-e ou NFS-e nos termos legais;

III – comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando aplicável, da entrega.

13.1.1 A CONTRATADA encaminhará à CONTRATANTE os documentos de cobrança e demais informações comprobatórias para liquidação e pagamento.

13.1.2 O fiscal do contrato apenas atestará o pagamento após o cumprimento integral das condições pactuadas.

13.1.3 As notas fiscais da CONTRATADA deverão conter, no verso, a declaração abaixo, assinada por empregado responsável:

“Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, 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.”

13.2 A liquidação será precedida, pela CONTRATADA, das seguintes providências:

I – serviços internos: apresentação dos documentos dos incisos I e III do subitem 9.1;

II – intermediação e supervisão de bens/serviços especializados: apresentação dos documentos dos incisos I, II e III do subitem 9.1;

III – bens e serviços especializados: apresentação dos documentos dos incisos I, II e III do subitem 9.1;

IV – veiculação: apresentação dos documentos dos incisos I, II e III do subitem 14.1, com a demonstração do valor devido ao veículo, os pedidos de inserção e, sempre que possível, o relatório de checagem por empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 14.5.

13.2.1 Em caso de falha local numa programação em rede nacional de mídia eletrônica, além do inciso III anterior, a CONTRATADA apresentará documento do veículo descrevendo a falha e o valor a abater na liquidação.

13.2.2 Incumbe à CONTRATADA observar com rigor os preços de tabela de cada inserção e os respectivos descontos, conforme a Lei nº 14.133/2021, ao submeter planos de mídia à CONTRATANTE.

13.3 O pagamento será efetuado fora o mês de produção/veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 14.1 e 14.2.

13.4 Para veiculação, além do inciso III do subitem 14.2, a CONTRATADA deverá apresentar, sem ônus, os seguintes comprovantes:

I – Revista: exemplar original;

II – Jornal: exemplar ou página do anúncio, com data/período, nome do jornal e praça;

III – demais meios: relatório de checagem por empresa independente, salvo se demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, a impossibilidade de obtê-lo.

13.4.1 Quando demonstrada a impossibilidade do relatório independente (subitens 5.1.10 ou 5.1.11), deverão ser apresentados:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usual do veículo (mapa/comprovante de veiculação/irradiação etc.) e declaração de execução (art. 299 do CP) da empresa veiculadora, contendo, ao menos: razão social e CNPJ, nome completo, CPF e assinatura do responsável, local, data, nome do programa (se houver), dia e horário da veiculação;

a1) alternativamente ao conjunto anterior, o documento do veículo poderá trazer, na frente ou no verso, por impressão eletrônica ou carimbo, a declaração exigida, assinada e com todas as informações da alínea “a”;

a2) em alternativa às alíneas “a” e “a1”, poderá ser apresentada apenas a declaração de execução (art. 299 do CP) com as mesmas informações mínimas;

b) Mídia Exterior:

b1) Out-of-Home: relatório de exibição da empresa veiculadora, com fotos, período, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução (art. 299 do CP);

b2) Digital OOH: relatório de exibição da empresa veiculadora ou de empresa de checagem, com fotos por amostragem de, no mínimo, 20% dos monitores, identificação dos locais, quantidade de inserções, nome da campanha, período, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução (art. 299 do CP);

b3) Carro de Som: relatório de veiculação com GPS e fotos de todos os carros contratados (com marco visual que identifique a cidade), acompanhado de declaração de execução (art. 299 do CP);

b3.1) adicionalmente, filmagem de ~01 (um) minuto de pelo menos 30% dos veículos contratados, com imagens do carro de som, áudio da peça e local reconhecível da cidade;

c) Internet: relatório de gerenciamento de empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido pela empresa veiculadora (art. 299 do CP), conforme definido nos subitens 5.1.10 ou 5.1.11.

13.5.1 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas “a”, “b” e “c” do subitem 9.4.1 serão definidas previamente pela CONTRATANTE, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

13.6 Antes do pagamento, será verificada a regularidade da CONTRATADA por consulta on-line aos documentos fiscais e trabalhistas, ou por solicitação desses documentos.

13.6.1 Incluem-se: CRF/FGTS, CNDT, Certidão Conjunta de Tributos Federais e Dívida Ativa da União (RFB/PGFN) e certidões negativas das Fazendas Estadual e Municipal.

13.7 Constatado erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE poderá, a seu critério, devolvê-la para correção ou aceitá-la com glosa da parcela indevida.

13.7.1 Em caso de devolução, a documentação será considerada não apresentada para fins de cumprimento das condições contratuais.

13.8 Na hipótese de atraso de pagamento pela CONTRATANTE, o valor devido sofrerá encargos moratórios, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o vencimento até o pagamento efetivo, com base na variação do IPCA, aplicando-se a fórmula a seguir:

$AF = [(1 + IPCA/100)^{N/30} - 1] \times VP$, na qual:

➡ IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;

➡ AF: Atualização financeira;

➡ VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;

➡ N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

13.8.1 Para os fins do subitem 13.8, considera-se etapa: (i) os serviços executados pela CONTRATADA relativos a bens e serviços especializados prestados por fornecedores; e (ii) as contratações de espaços ou tempos publicitários junto a veículos de divulgação.

13.8.2 A CONTRATANTE não arcará com qualquer acréscimo por atraso de pagamento quando houver falta total ou parcial de documentação hábil por parte da CONTRATADA ou pendência de cumprimento de cláusulas contratuais.

13.9 A CONTRATANTE não efetuará pagamento de compromissos assumidos pela CONTRATADA que venham a ser cobrados diretamente por terceiros.

13.10 Compete à CONTRATADA realizar os pagamentos a fornecedores de bens e serviços especializados e a veículos de divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária emitida pela CONTRATANTE pela agência pagadora.

13.10.1 A CONTRATADA deverá informar à CONTRATANTE os pagamentos realizados a fornecedores e veículos a cada ordem bancária emitida, bem como encaminhar, até o 10º (décimo) dia de cada mês, relatório consolidado dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

13.10.1.1 Os dados e o formato dos controles serão definidos pela CONTRATANTE. Os relatórios deverão conter, no mínimo: data do pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

13.10.2 O descumprimento do disposto nos subitens 13.10 e 13.10.1, ou a ausência de justificativa plausível para o não pagamento no prazo, poderá ensejar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA até a regularização da pendência.

13.10.2.1 Não sanada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual pela CONTRATADA.

13.10.2.2 Caracterizada a inexecução contratual nos termos do subitem 13.10.2, a CONTRATANTE, conforme a Cláusula Décima Primeira, poderá rescindir o contrato ou, excepcionalmente, liquidar despesas e pagar diretamente aos fornecedores ou veículos de divulgação, conforme o caso.

13.10.2.3 Para assegurar o recebimento regular por fornecedores e veículos pelos bens, serviços e pela venda de espaço/tempo, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle, de modo a efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes, em operações bancárias concomitantes.

13.10.3 Quaisquer encargos financeiros, processuais ou outros decorrentes do descumprimento de prazos de pagamento pela CONTRATADA serão de sua exclusiva responsabilidade.

13.11 A CONTRATANTE, na qualidade de fonte retentora, procederá ao desconto e ao recolhimento dos tributos e contribuições exigidos pela legislação vigente ou superveniente incidentes sobre os pagamentos efetuados.

Sertania – PE outubro de 2025

ANEXO II

Modelo de Procuração

OUTORGANTE:

(Identificação completa da empresa licitante, contendo nome empresarial, CNPJ, endereço completo, telefone e e-mail)

OUTORGADO:

(Nome completo do representante, nacionalidade, estado civil, profissão, número do RG, CPF, endereço completo e e-mail)

OBJETO:

Outorgar poderes ao(à) representante acima qualificado(a) para representar a outorgante junto à Prefeitura Municipal de Sertânia – PE, no Processo Licitatório nº 203/2025 – Concorrência nº 010/2025, cujo objeto é a contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade institucional.

PODERES:

O(a) mandatário(a) ora nomeado(a) fica autorizado(a) a:

Retirar editais, esclarecimentos e outros documentos relativos ao certame;

Apresentar propostas e documentos de habilitação;

Participar das sessões públicas de abertura das propostas e documentos;

Assinar atas, registrar ocorrências e manifestar-se oralmente durante as sessões;

Formular impugnações e interpor recursos administrativos;

Renunciar ao direito de recurso ou a recursos já interpostos;

Negociar preços e condições;



Firmar termos de compromisso e assinar quaisquer documentos necessários ao bom e fiel cumprimento deste mandato.

LOCAL E DATA:

Sertânia – PE, ____ de _____ de 2025.

(Assinatura do Representante Legal da Licitante)

Nome completo: _____

Cargo/Função: _____

CPF: _____

CNPJ da Empresa: _____

Observação: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação acima.

ANEXO III

Modelo de Proposta de Preços

À

Comissão Permanente de Licitação

Referente: Processo Licitatório nº 203/2025 – Concorrência nº 010/2025

1. PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

1.1 Declaramos que, durante a vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços e condições para os serviços especificados:

a) Desconto a ser concedido à Prefeitura sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, com base na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Pernambuco, referentes a peças e/ou materiais cuja distribuição não proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (..... por cento).

b) Honorários a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços de bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e execução técnica de peças e/ou materiais cuja distribuição não proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, conforme o art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (..... por cento).

c) Honorários a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços de bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com intermediação e supervisão desta licitante, relativos aos seguintes serviços:% (..... por cento)

i) Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento vinculados ao objeto do contrato, exceto pesquisas de pré-teste;

ii) Renovação de direitos autorais e conexos, bem como pagamento de cachês, na reutilização de peças ou materiais publicitários, exclusivamente quando a distribuição ou veiculação não proporcionar o desconto de agência previsto no art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

iii) Reimpressão de peças publicitárias.

d) Honorários a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços de bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com intermediação e supervisão desta licitante, referentes à criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (..... por cento).

1.2 Os preços propostos são de inteira responsabilidade desta licitante, não cabendo pleito de alteração durante a vigência do contrato, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro motivo, salvo nas hipóteses legalmente admitidas.

1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de 180 (cento e oitenta) dias corridos, contados da data de sua apresentação, conforme o disposto no subitem 14.3 do Edital.

2. OUTRAS DECLARAÇÕES

2.1 Declaramos estar cientes e de acordo com as disposições relativas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Oitava da Minuta de Contrato (Anexo IV).

2.2 Reconhecemos que o ANUNCIANTE efetuará as retenções tributárias e previdenciárias nas hipóteses previstas em lei.

2.3 Comprometemo-nos a envidar esforços para obter as melhores condições comerciais junto a fornecedores e veículos de divulgação, transferindo ao ANUNCIANTE todas as vantagens obtidas, em conformidade com o parágrafo único do art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

2.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos a fornecedores de bens e serviços especializados e a veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento efetuado pelo ANUNCIANTE, nos termos da Cláusula Nona da Minuta de Contrato (Anexo IV).

2.5 A presente Proposta de Preços está elaborada em conformidade com o Edital do Processo Licitatório nº 203/2025 – Concorrência nº 010/2025, observando integralmente as disposições da Lei nº 12.232/2010 e da Lei nº 14.133/2021.

Local e data: _____

(Assinatura do Representante Legal da Licitante)

Nome completo: _____

Cargo/Função: _____

CPF: _____

CNPJ da Empresa: _____

ANEXO IV

Minuta do Contrato

CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE CELEBRAM ENTRE SI O MUNICÍPIO DE [.....] E [XXXXXXXXX]

CONTRATO nº [XXX/XXXX]

Pelo presente instrumento, de um lado, o MUNICÍPIO DE [.....] – PE, com sede em [.....], no Município de [.....]/PE, inscrito no CNPJ sob o nº [.....], neste ato representado pelos Gestores: Fundo Geral, Educação, Saúde e Assistência Social — [nome(s)], inscrito(s) no CPF nº [.....], portador(es) da Carteira de Identidade nº [.....]; e, de outro lado, [XXXXXXXXXXXX], inscrita no CNPJ sob o nº [.....], com sede na [endereço completo], doravante denominada CONTRATADA, neste ato representada por [XXXXXXXXXXXX], portador(a) da Carteira de Identidade nº [.....] e do CPF nº [.....], resolvem celebrar o presente contrato, decorrente da Concorrência nº [XXX/XXXX], Processo nº [XXX], mediante as cláusulas e condições a seguir.

CLÁUSULA PRIMEIRA – LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 Este contrato rege-se pela Lei nº 12.232/2010 e, de forma complementar, pelas Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

1.2 Integram este contrato, independentemente de transcrição, o Edital da Concorrência nº [XXX/2025] e seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços apresentadas pela CONTRATADA, que passam a fazer parte deste instrumento para todos os fins.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1 O objeto consiste na prestação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, compreendendo, de forma integrada, o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, bem como a distribuição de ações publicitárias da CONTRATANTE junto a seus públicos de interesse.

2.1.1 Integram o objeto, como atividades complementares, os serviços especializados relativos:
a) ao planejamento e execução de pesquisas e demais instrumentos de avaliação e geração de

conhecimento ligados à execução contratual;
b) à produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito deste contrato;
c) à criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a ampliar os efeitos das mensagens e ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1 As contratações previstas no subitem 2.1 visam ao atendimento do princípio da publicidade e do direito à informação, por meio de ações para difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, e informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2 Os estudos e o planejamento previstos no subitem 2.1 devem subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias em meios e veículos off-line e on-line, prevendo, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3 As pesquisas e instrumentos de avaliação referidos na alínea “b” do subitem 2.1.1 têm por finalidade:

- a) gerar conhecimento sobre mercado, público-alvo e meios de divulgação;
- b) aferir desenvolvimento estratégico, criação, veiculação e adequação das mensagens;
- c) mensurar e avaliar os resultados das campanhas, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática.

2.1.2 Excluem-se dos serviços abrangidos pelos subitens 2.1 e 2.1.1 as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessoria de comunicação e de imprensa, bem como a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 Não se inclui no conceito de patrocínio, para fins do item anterior, a veiculação de projetos em mídias ou plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

2.2 A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, na forma do art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados (subitem 2.1.1) e de veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3 É vedado à CONTRATADA subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços previstos nesta Cláusula.

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1 O prazo de vigência é de 12 (doze) meses, contados da assinatura.

3.1.1 A CONTRATANTE poderá prorrogar a vigência, por acordo entre as partes, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

3.1.2 A prorrogação condiciona-se a avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser realizada pela CONTRATANTE.

CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 O valor estimado deste contrato, decorrente da Concorrência nº [XXX/2025], é de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) para os primeiros 12 (doze) meses, assim distribuídos: Fundo Geral: R\$ 300.000,00; Educação: R\$ 300.000,00; Saúde: R\$ 300.000,00; Assistência Social: R\$ 100.000,00.

4.2 O crédito orçamentário para execução no exercício de [ano] está consignado em: [indicar dotações].

4.3 Havendo prorrogação, serão consignadas, nos exercícios subsequentes, as dotações necessárias no Programa de Dispêndios Globais.

4.3.1 Na prorrogação, a CONTRATANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração com base em pesquisa de preços, visando maior vantajosidade.

4.3.2 A CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, revisar os percentuais de remuneração em razão de redução nas referências de mercado, por termo aditivo.

4.4 A CONTRATANTE reserva-se o direito de executar ou não a totalidade do valor contratual.

4.5 No interesse da Administração, a CONTRATADA deverá aceitar acréscimos ou supressões nos serviços, até o limite de 25% do valor inicial atualizado, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

CLÁUSULA QUINTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1 São obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato:

5.1.1 Operar como organização completa, prestando serviços com elevado padrão de qualidade.

5.1.2 Centralizar o comando da publicidade no Município, mantendo escritório, sucursal ou filial. Poderá utilizar matriz ou representantes em outros Estados para serviços de criação/produção ou complementares, garantidas as condições pactuadas.

5.1.3 Executar, com recursos próprios ou mediante contratação de fornecedores e veículos, todos os serviços relacionados ao objeto, conforme especificações da CONTRATANTE.

5.1.4 Utilizar os profissionais indicados na Proposta Técnica, admitida substituição por equivalentes ou superiores, mediante comunicação formal.

5.1.5 Empreender esforços para obter as melhores condições comerciais junto a fornecedores e veículos, transferindo à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.

5.1.5.1 Pertencem à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas na compra de mídia, inclusive descontos e bonificações (espaço, tempo ou reaplicações).

5.1.5.1.1 Excetuam-se os planos de incentivo concedidos por veículos à agência, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.5.2 O desconto por antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, se esta antecipar o adimplemento.

5.1.5.3 É vedado sobrepor planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, devendo a escolha de veículos observar pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.5.3.1 O descumprimento do item anterior configura grave violação contratual, sujeitando a CONTRATADA a processo administrativo e às sanções cabíveis.

5.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos dos subitens 8.2.1.1 e 8.2.2 (direitos autorais e conexos; obras consagradas), em reutilizações de peças da CONTRATANTE.

5.1.7.1 A CONTRATANTE poderá verificar previamente a adequação de preços cotados, recorrendo ao SIREF ou cotando diretamente com outros fornecedores.

5.1.7.2 A CONTRATANTE poderá supervisionar a seleção de fornecedores conduzida pela CONTRATADA quando o valor for $\leq 0,5\%$ do valor global do contrato.

5.1.7.3 A CONTRATADA deverá alertar fornecedores, quando couber, para observância dos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010 (peças para TV e cinema).

5.1.7.4 Cabe à CONTRATADA informar por escrito aos fornecedores as condições da Cláusula Décima sobre reutilização e direitos patrimoniais.

5.1.7.5 O subitem 5.1.7.3 não se aplica à compra de mídia.

5.1.8 Submeter a anuência prévia e expressa da CONTRATANTE a contratação de fornecedores para execução do objeto.

5.1.8.1 É vedada cotação prévia quando:

I – um mesmo sócio/cotista integre mais de um fornecedor no mesmo procedimento;

II – haja participação societária, vínculo comercial ou parentesco até 3º grau com dirigente/empregado da CONTRATADA.

5.1.9 Obter autorização prévia e escrita da CONTRATANTE para despesas com fornecedores, veiculação ou quaisquer outras relativas ao contrato.

5.1.9.1 A CONTRATADA só poderá reservar/comprar espaço ou tempo publicitário por ordem e conta da CONTRATANTE com autorização expressa.

5.1.9.1.1 A autorização não exime a responsabilidade da CONTRATADA pela seleção e inclusão de veículos nos planejamentos de mídia.

5.1.9.1.2 Em programação on-line, a CONTRATADA deverá obter Termo de Conduta do veículo, conforme Marco Civil da Internet, para evitar veiculação em ambientes com conteúdos/atividades ilegais.

5.1.10 Submeter, para autorização do plano de mídia, relação de meios/praças/veículos com indicação dos casos possíveis e impossíveis de checagem independente (art. 15 da Lei nº 12.232/2010), com justificativas.

5.1.11 Alternativamente, apresentar estudo prévio sobre os meios/praças/veículos com possibilidade ou impossibilidade de checagem independente, com justificativas (art. 15 da Lei nº 12.232/2010).

5.1.11.1 O estudo considerará meios/praças/veículos habitualmente programados pela CONTRATANTE, visando negociação global sobre o que é oneroso ou suportável.

5.1.11.1.1 O resultado dessa negociação vigorará para planos de mídia aprovados até 12 meses da assinatura.

5.1.11.1.2 Ao final de cada período de 12 meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, com vigência pelos 12 meses seguintes.

5.1.11.1.3 Havendo fato superveniente que altere significativamente as conclusões do estudo, a CONTRATANTE poderá solicitar novo estudo, promover nova negociação e definir novo período de vigência.

5.1.12 Encaminhar, quando solicitado e sem ônus, cópias de peças não destinadas à veiculação paga, nos formatos:

a) TV/Cinema: XDCAM, DVD ou arquivos digitais;

b) Internet: arquivos digitais;

c) Rádio: arquivos digitais;

d) Mídia impressa/material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.12.1 As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, se conveniente.

5.1.13 Manter, por mínimo de 5 (cinco) anos após a extinção, acervo comprobatório de todos os serviços, com peças e materiais produzidos e informações sobre prazos de cessão de direitos autorais.

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

5.1.15 Atender imediatamente a alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções determinados pela CONTRATANTE, observadas as obrigações já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários devidos pelo realizado, desde que não causados pela CONTRATADA ou por terceiros por ela contratados.

5.1.16 Não divulgar informações relativas à prestação dos serviços envolvendo o nome da CONTRATANTE sem autorização prévia e expressa.

5.1.17 Esclarecer à CONTRATANTE, ainda que sem solicitação, eventuais atos ou fatos desabonadores que envolvam a CONTRATADA.

5.1.18 Manter todas as condições de habilitação e qualificação durante a execução, inclusive a certificação de qualificação técnica de funcionamento (§1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010).

5.1.19 Cumprir a legislação aplicável (federal, estadual e municipal) e responder por prejuízos decorrentes de infrações; quando for o caso, cumprir a legislação estrangeira para trabalhos realizados/distribuídos no exterior.

5.1.20 Cumprir a legislação trabalhista e securitária quanto a seus empregados e, se for o caso, quanto a empregados de fornecedores.

5.1.21 Assumir todos os tributos, taxas, contribuições e encargos decorrentes do objeto, inclusive previdenciários, trabalhistas e securitários, além de outras despesas necessárias ao cumprimento contratual.

5.1.22 Responder por recolhimentos indevidos ou omissões, totais/parciais, de tributos incidentes ou que venham a incidir.

5.1.23 Comprovar, quando solicitado, o adimplemento de encargos trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.24 Executar os contratos firmados com fornecedores/veículos e responder por todos os efeitos perante seus signatários e a CONTRATANTE.

5.1.25 Manter sigilo absoluto sobre dados fornecidos, especialmente sobre a estratégia da CONTRATANTE.

5.1.25.1 A infração poderá implicar rescisão, aplicação das penas da Lei nº 9.279/1996 e indenizações por perdas e danos.

5.1.26 Responder por prejuízos e danos decorrentes de demora, omissão ou erro em serviços sob sua responsabilidade, inclusive veiculação.

5.1.27 Responder por ônus decorrentes de omissões/erros em estimativas de custo que resultem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

5.1.28 Responder por ações, demandas, custos e despesas decorrentes de culpa, dolo ou omissão de empregados, prepostos ou contratados, inclusive por responsabilidades administrativas/judiciais atribuídas por lei.

5.1.28.1 Em ações trabalhistas relacionadas aos serviços, a CONTRATADA adotará providências para preservar a CONTRATANTE e mantê-la a salvo de reivindicações; não sendo possível, reembolsará valores pagos, em até 10 (dez) dias úteis do desembolso.

5.1.29 Responder por ações administrativas/judiciais de propriedade intelectual relativas aos serviços.

5.1.30 Adotar boas práticas de sustentabilidade ambiental, otimização de recursos, redução de desperdícios e de poluição, nos termos da Lei nº 14.133/2021 e do Decreto nº 7.746/2012.

CLÁUSULA SEXTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1 São obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato:

- a) cumprir os compromissos financeiros assumidos;
- b) fornecer informações e elementos necessários à execução;
- c) viabilizar condições para a boa execução;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas relativas a honorários e às condições de contratação de fornecedores;
- e) notificar formal e tempestivamente a CONTRATADA sobre irregularidades;
- f) notificar por escrito, com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos;
- g) efetuar pagamentos nas condições e preços pactuados.

6.2 A critério da CONTRATANTE, a campanha publicitária apresentada na Proposta Técnica poderá ser produzida e distribuída durante a vigência, com ou sem modificações.

6.3 Os atos que exijam formalidade serão comunicados por escrito, admitindo-se, excepcionalmente, mensagem eletrônica.

CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1 A CONTRATANTE fiscalizará a execução e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitar, no todo ou em parte, serviços em desconformidade.

7.1.1 Será nomeado gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução, registrar ocorrências e notificar a CONTRATADA para correção imediata.

7.2 A fiscalização não restringe a responsabilidade exclusiva da CONTRATADA pela perfeita execução.

7.3 A não aceitação de serviço não implica dilação de prazo, salvo concordância expressa.

7.4 A CONTRATADA deverá refazer ou reparar execuções consideradas não aceitáveis, nos prazos estipulados, sem ônus para a CONTRATANTE.

7.5 A autorização de planos de mídia e serviços não exime a CONTRATADA de responsabilidade técnica e comprovação de veiculações.

7.6 A ausência de comunicação de irregularidade não exonera a CONTRATADA de suas responsabilidades.

7.7 A CONTRATADA assegurará ampla fiscalização, com acesso a documentos e serviços e atendimento às exigências apresentadas.

7.8 A CONTRATADA permitirá o acesso da auditoria interna da CONTRATANTE ou auditoria externa por ela indicada a toda a documentação pertinente.

7.9 É facultado à CONTRATANTE acompanhar todos os serviços com representante credenciado da CONTRATADA.

7.10 A CONTRATANTE avaliará os serviços ao menos dois meses antes do término de cada período anual.

7.10.1 A avaliação servirá para: solicitar correções, decidir sobre prorrogação ou rescisão, e emitir declarações de desempenho quando solicitadas.

7.10.2 Cópia do instrumento de avaliação será encaminhada ao fiscal e ficará disponível aos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA – DIREITOS AUTORAIS

8.1 Os direitos patrimoniais de autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela CONTRATADA no âmbito deste contrato, inclusive estudos, análises e planos, pertencem integralmente à CONTRATANTE.

8.1.2 A CONTRATANTE poderá utilizar tais direitos, direta ou indiretamente (por terceiros), durante a vigência do contrato, sem ônus perante a CONTRATADA, seus empregados ou prepostos.

8.1.3 As peças criadas poderão ser reutilizadas por outros órgãos/entidades do Poder Executivo Federal, a critério da CONTRATANTE, sem ônus perante a CONTRATADA.

8.1.3.1 Caberá a esses órgãos/entidades, diretamente ou por intermédio de suas agências, quando couber, acordar com detentores de direitos autorais e conexos relativos à produção externa das peças.

8.2 Nas contratações de bens/serviços especializados envolvendo direitos autorais e conexos (Lei nº 9.610/1998), a CONTRATADA solicitará orçamentos prevendo cessão de direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

8.2.1 A CONTRATADA utilizará trabalhos protegidos dentro dos limites da cessão e condicionará a contratação à inclusão de cláusulas garantindo a cessão no prazo definido e a ciência do fornecedor quanto aos subitens 8.2.1.1 e 8.2.2.

8.2.1.1 Na reutilização por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a pagar pela CONTRATANTE, em relação ao valor original dos direitos, será de no máximo 50%. Para períodos inferiores, aplica-se regra de três.

8.2.1.1.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado pelos preços de mercado, limitado, no máximo, à variação do IGP-M (Coluna 7/FGV) no período (ou índice substituto), desde que decorrido mínimo de 1 (um) ano da cessão original, com pesquisa de mercado.

8.2.2 Na reutilização de peças com obras consagradas incorporadas, por período igual ao inicial, o percentual devido aos detentores de direitos será de no máximo 50% do valor original; para períodos inferiores, aplica-se regra de três.

8.2.2.1 Aplica-se, no que couber, o disposto no subitem 8.2.1.1.1.

8.2.3 Nas reutilizações previstas, o valor será negociado caso a caso, observando qualidade e preços de mercado, dentro dos percentuais máximos definidos.

8.3 Qualquer remuneração por cessão de direitos será considerada incluída no custo de produção.

8.4 Em tomadas de imagem sem direitos de imagem e voz, a CONTRATADA fará constar dos ajustes com fornecedores:

I – cessão dos direitos patrimoniais à CONTRATANTE por 5 (cinco) anos a partir do pagamento, para uso direto ou por terceiros, sem ônus adicional;

II – possibilidade de a CONTRATANTE solicitar cópia de imagens brutas, por intermédio da CONTRATADA ou outra empresa contratada;

III – remuneração decorrente dessa cessão incluída no custo de produção.

8.5 Havendo uso de imagens com direitos de imagem/voz, a CONTRATANTE adotará as medidas cabíveis de remuneração, nos termos da lei.

8.6 A CONTRATANTE poderá aproveitar peças produzidas para outros órgãos/entidades do Executivo Federal; nesses casos, a CONTRATADA ficará responsável por acordos comerciais com eventuais detentores de direitos e os submeterá previamente à CONTRATANTE.

CLÁUSULA NONA – LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

9.1 Para liquidação e pagamento de bens e serviços especializados previamente autorizados, a CONTRATADA apresentará:

I – nota fiscal sem rasuras, legível, em nome da CONTRATANTE (CNPJ nº [.....]), conforme ordem de serviço, indicando nº do contrato e dados bancários (banco, agência e conta). Quando obrigatório, apresentar NF-e ou NFS-e, conforme regime tributário, fato gerador e domicílio tributário aplicável;

II – 1ª via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo de divulgação, emitido em nome da CONTRATANTE (quando obrigatório, NF-e/NFS-e nos termos legais);

III – comprovantes de veiculação, execução dos serviços e, quando couber, comprovante de entrega.

9.1.1 Os documentos de cobrança e as informações necessárias à comprovação para liquidação e pagamento serão encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

9.1.2 O fiscal somente atestará os documentos após o cumprimento integral das condições pactuadas.

9.1.3 As notas fiscais da CONTRATADA deverão conter, no verso, declaração assinada por funcionário responsável:

“Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, 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.”

9.2 A liquidação será precedida das seguintes providências da CONTRATADA:

I – serviços internos: apresentação dos documentos dos incisos I e III do subitem 9.1;

II – intermediação e supervisão de bens/serviços por fornecedores: documentos dos incisos I, II e III do subitem 9.1;

III – bens/serviços especializados por fornecedores: documentos dos incisos I, II e III do subitem 9.1;

IV – veiculação: documentos dos incisos I, II e III do subitem 9.1, demonstração do valor devido ao veículo, pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem independente (inciso III do subitem 9.5).

9.2.1 Em falha local em programação de rede nacional de mídia eletrônica, além do inciso III do item anterior, apresentar documento do veículo descrevendo a falha e o valor a abater.

9.2.2 Compete à CONTRATADA observar rigorosamente os preços de tabela e respectivos descontos por inserção, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232/2010, quando da apresentação dos planos de mídia.

9.3 O pagamento será efetuado fora o mês de produção/veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 9.1 e 9.2.

9.4 Para a veiculação, além do inciso III do subitem 9.2, a CONTRATADA apresentará, sem ônus, os seguintes comprovantes:

I – Revista: exemplar original;

II – Jornal: exemplar ou página com o anúncio, contendo data/período de circulação, nome do jornal e praça;

III – demais meios: relatório de checagem independente, salvo comprovada a impossibilidade nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11.

9.4.1 Na impossibilidade de obter checagem independente (subitens 5.1.10/5.1.11), a CONTRATADA deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: mapa/comprovante de veiculação/irradiação e declaração de execução (art. 299, CPB) emitida pelo veículo, com CNPJ, nome empresarial, CPF e assinatura do responsável, local, data, programa (se houver), dia e horário;

a1) alternativamente, o documento usual de veiculação com a declaração (frente/verso, impressão/carimbo), assinada, contendo todas as informações do item “a”;

a2) alternativamente, apenas a declaração de execução (art. 299, CPB), com os dados do item “a”;

b1) Mídia OOH: relatório de exibição com fotos, período, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução (art. 299, CPB);

b2) Mídia Digital OOH: relatório de exibição (veículo ou empresa de checagem) com fotos por amostragem de $\geq 20\%$ dos monitores/displays, local, quantidade de inserções, nome da campanha, período, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução (art. 299, CPB);

b3) Carro de Som: relatório de veiculação com GPS e fotos de todos os carros, com imagem de fundo que comprove a cidade, acompanhado de declaração de execução (art. 299, CPB);

b3.1) adicionalmente, vídeo (~1 min) de pelo menos 30% dos veículos contratados, contendo imagem dos carros, áudio da peça e referência visual do local;

c) Internet: relatório de gerenciamento (empresa de tecnologia) ou relatório de veiculação emitido pelo veículo (art. 299, CP), conforme definido no estudo/relação dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11.

9.5.1 As formas de comprovação de veiculação não previstas nas alíneas “a”, “b” e “c” do subitem 9.4.1 serão definidas previamente pela CONTRATANTE antes da autorização do plano de mídia.

9.6 Antes dos pagamentos, será verificada a regularidade da CONTRATADA por consulta on-line ou mediante solicitação de documentos fiscais e trabalhistas.

9.6.1 Serão exigidos, conforme o caso: CRS/FGTS, CNDT, Certidão Conjunta RFB/PGFN e certidões negativas estaduais/municipais.

9.7 Constatado erro ou irregularidade na documentação, a CONTRATANTE poderá devolver para correção ou aceitar com glosa da parte indevida.

9.7.1 Na devolução, a documentação será considerada não apresentada, para fins contratuais.

9.8 Na hipótese de atraso de pagamento por parte da CONTRATANTE, o valor devido será acrescido de encargos moratórios, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o vencimento até o pagamento, com base na variação do IPCA, aplicando-se a fórmula prevista no Edital.

$AF = [(1 + IPCA/100)^{N/30} - 1] \times VP$, na qual:

- IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;
- AF: Atualização financeira;
- VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;
- N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

9.8.1 Para fins do subitem 9.8, considera-se etapa os serviços prestados pela CONTRATADA relativos aos bens e serviços especializados fornecidos por terceiros, bem como as contratações de espaços ou tempos publicitários junto a veículos de divulgação.

9.8.2 A CONTRATANTE não pagará quaisquer acréscimos por atraso de pagamento decorrente de falhas da CONTRATADA, inclusive ausência total ou parcial de documentação hábil ou pendências no cumprimento de cláusulas deste contrato.

9.9 A CONTRATANTE não responderá por compromissos assumidos pela CONTRATADA que venham a ser cobrados diretamente por terceiros.

9.10 Compete à CONTRATADA efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e serviços especializados e a veículos de divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento, pela agência bancária pagadora, da ordem bancária emitida pela CONTRATANTE.

9.10.1 A CONTRATADA informará à CONTRATANTE, a cada ordem bancária de pagamento por esta emitida, os pagamentos efetuados a fornecedores e veículos de divulgação, e encaminhará até o 10º (décimo) dia de cada mês relatório consolidado dos pagamentos realizados no mês imediatamente anterior.

9.10.1.1 Os dados e o formato dos controles serão definidos pela CONTRATANTE, devendo os relatórios conter, no mínimo: data do pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

9.10.2 O descumprimento dos subitens 9.10 e 9.10.1, ou a não apresentação de justificativa plausível pelo não pagamento no prazo, poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA até a solução da pendência.

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

9.10.2.2 Caracterizada a inexecução contratual na forma do subitem 9.10.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Primeira, poderá rescindir o contrato ou, excepcionalmente, liquidar despesas e efetuar pagamentos diretamente aos fornecedores ou veículos de divulgação.

9.10.2.3 Para preservar o regular recebimento por fornecedores e veículos, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar pagamentos mediante repasse concomitante pela CONTRATADA dos valores correspondentes, em operações bancárias coordenadas.

9.10.3 Quaisquer encargos financeiros, processuais ou outros decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, dos prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

9.11 Na condição de fonte retentora, a CONTRATANTE procederá aos descontos e recolhimentos de tributos e contribuições exigidos pela legislação vigente ou superveniente, relativamente aos pagamentos que efetuar.

CLÁUSULA DÉCIMA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

10.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE e observados os preceitos legais, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I – Advertência;

II – Multa de mora e multa compensatória;

III – Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração por até 2 (dois) anos;

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

10.1.1 Nenhuma sanção será aplicada sem processo administrativo regular, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

10.1.2 As sanções poderão ser relevadas motivadamente, por conveniência administrativa, mediante ato justificado da autoridade competente.

10.1.3 As sanções aplicadas serão registradas no SICAF pela CONTRATANTE.

10.1.3.1 A CONTRATANTE comunicará por escrito à CONTRATADA o registro da sanção no SICAF.

10.2 A aplicação das sanções observará:

I – advertência e multas: pelo fiscal ou autoridade competente deste contrato;

II – suspensão e proposta de inidoneidade: pela autoridade competente;

III – declaração de inidoneidade: competência privativa do Município de Sertânia.

10.3 A advertência poderá ser aplicada em caso de:

I – descumprimento parcial de obrigações;

II – outras ocorrências que transtornem os serviços, a juízo da CONTRATANTE, quando não couber sanção mais grave.

10.4 A multa moratória poderá ser cobrada por atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos.

10.4.1 O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de:

I – 0,33% (trinta e três centésimos por cento) ao dia de atraso, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, sobre o valor da obrigação não cumprida;

II – 0,66% (sessenta e seis centésimos por cento) ao dia de atraso, sobre o valor da obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houver justificativa plausível aceita pela CONTRATANTE, quando o atraso ultrapassar 30 dias.

10.4.2 Atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias poderá caracterizar inexecução total do contrato, a juízo da CONTRATANTE.

10.4.3 A CONTRATADA estará sujeita à multa compensatória de:

I – 1% sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material/serviço em que ocorreu a falta, em caso de inexecução parcial ou execução insatisfatória;

II – 1% sobre o valor remanescente a executar do contrato ou sobre o valor da dotação a executar (o que for menor), pela:

a) inexecução total;

b) interrupção da execução sem autorização da CONTRATANTE;

III – até 1% sobre o valor remanescente a executar do contrato ou da dotação (o que for menor), pelo descumprimento de qualquer cláusula, observadas as disposições anteriores.

10.5 A suspensão do direito de licitar/contratar poderá ser aplicada se a CONTRATADA, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução, nos seguintes prazos e situações:

I – até 6 (seis) meses:

a) atraso no cumprimento de obrigações que acarrete prejuízos financeiros à CONTRATANTE;

II – até 2 (dois) anos:

- a) não conclusão dos serviços contratados;
- b) prestação em desacordo com PAP, PAV ou documento equivalente, após solicitação de correção;
- c) demais irregularidades com prejuízo à CONTRATANTE, ensejando rescisão por culpa;
- d) condenação definitiva por fraude fiscal;
- e) apresentação de documento falso para participar da licitação ou manter a habilitação;
- f) prática de crime previsto na Lei nº 14.133/2021 durante o procedimento, constatado após a assinatura;
- g) reprodução/divulgação/uso indevido de informações da CONTRATANTE, sem consentimento.

10.6 A declaração de inidoneidade será aplicada quando constatadas má-fé, ação maliciosa, interesses escusos, reincidência em faltas com prejuízo, ou acúmulo de sanções.

10.6.1 Aplicar-se-á à CONTRATADA, entre outros casos, quando:

- I – houver condenação definitiva por fraude fiscal;
- II – ficar demonstrado que não possui idoneidade para licitar ou contratar, por atos ilícitos;
- III – reproduzir/divulgar/utilizar informações obtidas na execução, em benefício próprio/terceiros, sem consentimento.

10.6.2 A declaração de inidoneidade implica proibição de transacionar com a Administração enquanto perdurarem os motivos ou até a reabilitação pela autoridade que aplicou a penalidade, concedida mediante ressarcimento dos prejuízos e decorrido o prazo da sanção.

10.7 Das sanções de advertência, multa e suspensão caberá recurso no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao recebimento da comunicação.

10.8 As sanções são independentes e podem ser aplicadas isolada ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo a CONTRATADA por indenização suplementar correspondente ao prejuízo excedente (parágrafo único do art. 416 do CC).

10.9 A aplicação das sanções previstas não exclui outras cabíveis nos termos da Lei nº 14.133/2021, inclusive a responsabilização por perdas e danos.

10.10 O valor das multas poderá ser descontado de faturas, cobrado diretamente ou judicialmente.

10.10.1 As multas deverão ser recolhidas em até 10 (dez) dias corridos, contados do recebimento da comunicação da CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – RESCISÃO

11.1 O contrato poderá ser rescindido pelos motivos do art. 155 da Lei nº 14.133/2021.

11.1.1 Independentemente de interpelação judicial/extrajudicial, e motivadamente, assegurados o contraditório e a ampla defesa, o contrato poderá ser rescindido quando a CONTRATADA:

- a) for atingida por protesto, execução fiscal ou fatos que comprometam sua capacidade econômico-financeira;
- b) envolver-se em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;
- d) utilizar em benefício próprio/terceiros informações não públicas obtidas por força do contrato;
- e) deixar de prestar garantia suficiente, quando exigida;
- f) der causa à suspensão dos serviços por autoridade competente, respondendo pelos custos e danos;
- g) deixar de comprovar regularidade fiscal/previdenciária/FGTS;
- h) for declarada inidônea por qualquer órgão da Administração;
- i) não mantiver suas condições de habilitação e qualificação, inclusive a qualificação técnica de funcionamento (art. 4º da Lei nº 12.232/2010).

11.1.2 Salvo caso fortuito, força maior ou interesse público, a rescisão acarretará a retenção de créditos até o limite dos prejuízos, para ressarcir multas e indenizações devidas.

11.1.2.1 Se a retenção não puder ser efetuada, a CONTRATADA será notificada para, em 5 (cinco) dias úteis, recolher o valor devido na agência bancária indicada pela CONTRATANTE.

11.2 Os casos de rescisão serão formalmente motivados no processo administrativo, com contraditório e ampla defesa.

11.2.1 A rescisão unilateral ou amigável dependerá de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

11.3 Em caso de rescisão, não será devida remuneração adicional, salvo o ressarcimento de despesas autorizadas e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, nos termos deste contrato.

11.4 Havendo alteração societária (fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência), o contrato poderá ser ratificado e sub-rogado à nova empresa, sem ônus, com concordância da CONTRATANTE, transferindo-se todas as obrigações assumidas.

11.4.1 A CONTRATANTE reserva-se o direito de prosseguir ou não com a execução contratual junto à empresa resultante.

11.4.2 Em caso de cisão, a CONTRATANTE poderá rescindir ou prosseguir com a empresa que melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

11.4.3 A ocorrência deverá ser formalmente comunicada, com comprovante da alteração devidamente registrada.

11.4.3.1 A não apresentação do comprovante em até 5 (cinco) dias úteis após o registro poderá ensejar a aplicação de sanções previstas neste contrato e na lei.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DISPOSIÇÕES GERAIS

12.1 A CONTRATADA observará o Código de Ética dos profissionais de propaganda e normas correlatas, produzindo publicidade conforme o Código de Defesa do Consumidor e a legislação vigente, a moral e os bons costumes.

12.2 É vedado, na execução dos serviços, o uso de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na CONTRATANTE, nos termos do art. 7º do Decreto nº 7.203/2010.

12.3 A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus aditivos no PNCP, podendo também publicar no Diário Oficial dos Municípios de Pernambuco, às suas expensas, conforme arts. 54, §1º, e 94 da Lei nº 14.133/2021.

12.4 Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além de outros previstos em lei, aqueles constantes da Lei nº 14.133/2021, aos quais a CONTRATADA se submete.

12.5 A omissão ou tolerância no exigir o estrito cumprimento das disposições ou no exercício de prerrogativas não importará novação ou renúncia, podendo as partes exigir, a qualquer tempo, o fiel cumprimento do avençado.

12.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores e veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da CONTRATANTE.

12.6.1 As informações sobre valores pagos serão divulgadas por totais destinados a cada tipo de fornecedor e a cada meio de comunicação.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – FORO

13.1 As questões não resolvidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro do Município de Sertânia.



E, por estarem justas e acordadas, assinam o presente instrumento em 02 (duas) vias de igual teor e forma.

....., XX de XXXXX de XXXX

CONTRATANTE

CONTRATADO

TESTEMUNHAS

NOME

CPF

NOME

CPF



Fundo Municipal de Assistência Social de Sertânia

PRAÇA PREFEITO JOÃO PEREIRA VALE, 20 - CENTRO - 56.600-00 - Sertânia/ PE
CNPJ: 11.358.116/0001-13 Fone: 8738411156 controle.sertania@gmail.com



Usuário: Francielle Galdencio

Chave de Autenticação
1384-9564-798

Página
1 / 1

Quadro de Detalhamento da Despesa

Período: 01/01/2025 até 01/01/2025 - Valores em R\$

	Total cred. (Orçam./Adic.)	Fixado	Empenhado	Liquidado Pago+Retido	Saldo bloqueado Saldo disponível
Unidade gestora: 4 - Fundo Municipal de Assistência Social de Sertânia					
Órgão orçamentário: 8000 - Entidade Supervisionada					
Unidade orçamentária: 8001 - Fundo Municipal de Assistência Social					
Função: 8 - Assistência Social					
Subfunção: 122 - Administração Geral					
Programa: 8004 - GESTÃO DA SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL					
Ação: 2.482 - Manutenção das Atividades do Programa					
Despesa 786	3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica	600.000,00	0,00	0,00	0,00
	Fonte de recurso:1 - Recursos Próprios - Livre - 1.500.0000	600.000,00		0,00	600.000,00
Despesa 787	3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica	8.000,00	0,00	0,00	0,00
	Fonte de recurso:18 - FEAS - FUNDO ESTADUAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL - 1.661.0000	8.000,00		0,00	8.000,00
Total da unidade orçamentária		608.000,00	0,00	0,00	0,00
		608.000,00		0,00	608.000,00
Total do órgão orçamentário		608.000,00	0,00	0,00	0,00
		608.000,00		0,00	608.000,00
Total da unidade gestora		608.000,00	0,00	0,00	0,00
		608.000,00		0,00	608.000,00
Total geral		608.000,00	0,00	0,00	0,00
		608.000,00		0,00	608.000,00



Fundo Municipal de Educação de Sertânia

PRAÇA PREFEITO JOÃO PEREIRA VALE, 20 - CENTRO - 56.600-00 - Sertânia/ PE
CNPJ: 11.358.116/0001-13 Fone: 8738411156 controle.sertania@gmail.com



Usuário: Francielle Galdencio

Chave de Autenticação
1908-5980-250

Página
1 / 1

Quadro de Detalhamento da Despesa

Período: 01/01/2025 até 01/01/2025 - Valores em R\$

	Total cred. (Orçam./Adic.)	Fixado	Empenhado	Liquidado Pago+Retido	Saldo bloqueado Saldo disponível
Unidade gestora: 5 - Fundo Municipal de Educação de Sertânia					
Órgão orçamentário: 12000 - Secretaria de Educação					
Unidade orçamentária: 12001 - Secretaria de Educação					
Função: 12 - Educação					
Subfunção: 361 - Ensino Fundamental					
Programa: 12001 - GESTÃO DAS ATIVIDADES DA SECRETARIA DE EDUCAÇÃO					
Ação: 2.495 - Manutenção das Atividades da Secretaria de Educação					
Despesa 1103 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica	550.000,00		0,00	0,00	0,00
Fonte de recurso:2 - Recursos Próprios - Educação - 1.500.1001	550.000,00			0,00	550.000,00
Despesa 1104 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica	180.000,00		0,00	0,00	0,00
Fonte de recurso:8 - Salário Educação - 1.550.0000	180.000,00			0,00	180.000,00
Total da unidade orçamentária	730.000,00		0,00	0,00	0,00
	730.000,00			0,00	730.000,00
Total do órgão orçamentário	730.000,00		0,00	0,00	0,00
	730.000,00			0,00	730.000,00
Total da unidade gestora	730.000,00		0,00	0,00	0,00
	730.000,00			0,00	730.000,00
Total geral	730.000,00		0,00	0,00	0,00
	730.000,00			0,00	730.000,00



Prefeitura Municipal de Sertânia

PRAÇA PREFEITO JOÃO PEREIRA VALE, 20 - CENTRO - 56.600-00 - Sertânia/ PE
CNPJ: 11.358.116/0001-13 Fone: 8738411156 controle.sertania@gmail.com



Usuário: Francielle Galdencio

Chave de Autenticação
1564-1576-582

Página
1 / 1

Quadro de Detalhamento da Despesa

Período: 01/01/2025 até 01/01/2025 - Valores em R\$

	Fixado	Empenhado	Liquidado	Saldo bloqueado
Total cred. (Orçam./Adic.)			Pago+Retido	Saldo disponível
Unidade gestora: 1 - Prefeitura Municipal de Sertânia				
Órgão orçamentário: 9000 - Secretaria de Comunicação				
Unidade orçamentária: 9001 - Departamento de Comunicação				
Função: 24 - Comunicações				
Subfunção: 131 - Comunicação Social				
Programa: 24001 - GESTÃO DAS ATIVIDADES DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO				
Ação: 2.446 - Manutenção das Atividades do Programa da Secretaria de Comunicação				
Despesa 134 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica	10.000,00	0,00	0,00	0,00
Fonte de recurso:1 - Recursos Próprios - Livre - 1.500.0000	10.000,00		0,00	10.000,00
Total da unidade orçamentária	10.000,00	0,00	0,00	0,00
	10.000,00		0,00	10.000,00
Total do órgão orçamentário	10.000,00	0,00	0,00	0,00
	10.000,00		0,00	10.000,00
Total da unidade gestora	10.000,00	0,00	0,00	0,00
	10.000,00		0,00	10.000,00
Total geral	10.000,00	0,00	0,00	0,00
	10.000,00		0,00	10.000,00



Fundo Municipal de Saúde de Sertânia

PRAÇA PREFEITO JOÃO PEREIRA VALE, 20 - CENTRO - 56.600-00 - Sertânia/ PE
CNPJ: 11.358.116/0001-13 Fone: 8738411156 controle.sertania@gmail.com



Usuário: Francielle Galdencio

Chave de Autenticação
2129-9731-593

Página
1 / 1

Quadro de Detalhamento da Despesa

Período: 01/01/2025 até 01/01/2025 - Valores em R\$

	Total cred. (Orçam./Adic.)	Fixado	Empenhado	Liquidado Pago+Retido	Saldo bloqueado Saldo disponível
Unidade gestora: 3 - Fundo Municipal de Saúde de Sertânia					
Órgão orçamentário: 10000 - Fundo Municipal de Saúde					
Unidade orçamentária: 10001 - Fundo Municipal de Saúde					
Função: 10 - Saúde					
Subfunção: 122 - Administração Geral					
Programa: 10001 - GESTÃO ADMINISTRATIVA DA SAÚDE E QUALIFICAÇÃO DA GESTÃO DO SUS					
Ação: 2.473 - Manutenção das Atividades do Fundo Municipal de Saúde.					
Despesa 437	3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica	1.500.000,00	0,00	0,00	0,00
	Fonte de recurso:3 - Recursos Próprios - Saúde - 1.500.1002	1.500.000,00		0,00	1.500.000,00
Despesa 438	3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica	30.000,00	0,00	0,00	0,00
	Fonte de recurso:41 - Bloco de Custeio das Ações e Serviços Públicos de Saúde - União - 1.600.0000	30.000,00		0,00	30.000,00
Total da unidade orçamentária		1.530.000,00	0,00	0,00	0,00
		1.530.000,00		0,00	1.530.000,00
Total do órgão orçamentário		1.530.000,00	0,00	0,00	0,00
		1.530.000,00		0,00	1.530.000,00
Total da unidade gestora		1.530.000,00	0,00	0,00	0,00
		1.530.000,00		0,00	1.530.000,00
Total geral		1.530.000,00	0,00	0,00	0,00
		1.530.000,00		0,00	1.530.000,00