



CONCORRÊNCIA PRESENCIAL

00001/2025

CONTRATANTE

PREFEITURA MUNICIPAL DE BOM JARDIM

SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO

SECRETARIA DE FINANÇAS

SECRETARIA DE SAÚDE

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

SECRETARIA DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E MEIO AMBIENTE

SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL E COMBATE À FOME

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, EMPREENDEDORISMO, CULTURA, TURISMO E LAZER

SECRETARIA DE ESPORTES E JUVENTUDE

SECRETARIA DE OBRAS, TRANSPORTES E SERVIÇOS PÚBLICOS

OBJETO

Contratação para prestação de serviços de publicidade institucional, destinados a atender às demandas de comunicação da Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE e de seus Fundos Municipais vinculados

VALOR TOTAL DA CONTRATAÇÃO

R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais).

DATA DA SESSÃO PÚBLICA

Dia **25/02/2026** às **09h** (horário de Brasília)

CRITÉRIO DE JULGAMENTO:

TÉCNICA E PREÇO

MODO DE DISPUTA:

FECHADO



EDITAL DE LICITAÇÃO

PREFEITURA MUNICIPAL DO BOM JARDIM

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 00001/2025

(Processo o nº 00122/2025)

Torna-se público que a PREFEITURA MUNICIPAL DO BOM JARDIM/PE, por meio da Comissão Permanente de Contratação, sediada Praça 19 de Julho, S/N - Centro – Bom Jardim/PE, realizará licitação, na modalidade CONCORRÊNCIA, na forma PRESENCIAL, no próximo dia 25 de fevereiro de 2025 às **09h**, na sala da Comissão Permanente de Licitação – CPL, sita à Praça 19 de Julho, SN, Centro, Bom Jardim – PE, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, 12.232/2010 e demais legislação aplicável e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital.

1. DO OBJETO

- 1.1 O objeto da presente licitação é a Contratação para prestação de **serviços de publicidade institucional**, destinados a atender às demandas de comunicação da Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE e de seus Fundos Municipais vinculados, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.
- 1.2 A licitação será realizada em item único. A adoção do critério de julgamento técnica e preço justifica-se em razão da natureza dos serviços de publicidade e propaganda, que exigem a avaliação conjunta da qualidade técnica, criatividade, estratégia de comunicação e capacidade de execução, aliada à proposta econômica, de modo a assegurar a seleção da proposta mais vantajosa, observando-se os princípios da transparência, eficiência e economicidade.
- 1.3 A realização da Concorrência Presencial mostra-se mais adequada em razão das peculiaridades do objeto e que os sistemas eletrônicos não fazem julgamento do objeto ora licitado, uma vez que envolve serviços de publicidade e propaganda, os quais demandam análise técnica imediata e qualitativa das propostas, especialmente quanto aos aspectos criativos, estratégicos e comunicacionais, bem como maior interação durante a fase de julgamento, assegurando maior eficiência, transparência e segurança ao procedimento. E encontra-se respaldada no art. 17, § 2º da Lei 14.133/2021.

2. DA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

2.1. Poderão participar desta licitação os interessados cujo ramo de atividade seja compatível com o objeto desta licitação. O procedimento necessário para a realização do referido credenciamento, está disponível no endereço: Praça 19 de Julho, SN, Centro, Bom Jardim – PE.

2.1.1. **DO RECEBIMENTO DOS ENVELOPES:** A partir do dia 24 de dezembro de 2025 às 07h00min;

2.1.2. **DO ENCERRAMENTO DO RECEBIMENTO DOS ENVELOPES:** Até o dia 25 de fevereiro de 2026, às 07h00min.

2.1.3 Data de abertura da sessão pública: 25/02/2026. Horário: 09h00min - horário de Brasília.

2.2. O licitante responsabiliza-se exclusiva e formalmente pelas transações efetuadas em seu nome, assume como firmes e verdadeiras suas propostas e documentos, inclusive os atos praticados diretamente ou por seu representante.

2.3. Não poderão disputar esta licitação:



- 2.3.1. Aquele que não atenda às condições deste Edital e seu(s) anexo(s);
- 2.3.2. Autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ele relacionados;
- 2.3.3. Empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;
- 2.3.4. Pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;
- 2.3.5. Aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;
- 2.3.6. Empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;
- 2.3.7. Pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista;
- 2.3.8. Agente público do órgão ou entidade licitante;
- 2.3.9. Pessoas jurídicas reunidas em consórcio;
- 2.3.10. Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição;
- 2.3.11. Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução do contrato agente público do órgão ou entidade contratante, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego, nos termos da legislação que disciplina a matéria, conforme § 1º do art. 9º da Lei nº 14.133, de 2021.
- 2.4. O impedimento de que trata o item 2.3.4 será também aplicado ao licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante.
- 2.5. A critério da Administração e exclusivamente a seu serviço, o autor dos projetos e a empresa a que se referem os itens 2.3.2 e 2.3.3 poderão participar no apoio das atividades de planejamento da contratação, de execução da licitação ou de gestão do contrato, desde que sob supervisão exclusiva de agentes públicos do órgão ou entidade.
- 2.6. Equiparam-se aos autores do projeto as empresas integrantes do mesmo grupo econômico.
- 2.7. O disposto nos itens 2.3.2 e 2.3.3 não impede a licitação ou a contratação de serviço que inclua como encargo do contratado a elaboração do projeto básico e do projeto executivo, nas contratações integradas, e do projeto executivo, nos demais regimes de execução.
- 2.8. Em licitações e contratações realizadas no âmbito de projetos e programas parcialmente financiados por agência oficial de cooperação estrangeira ou por organismo financeiro internacional com recursos do financiamento ou da contrapartida nacional, não poderá participar pessoa física ou jurídica que integre o rol de pessoas sancionadas por essas entidades ou que seja declarada inidônea nos termos da Lei nº 14.133/2021.



2.9. A vedação de que trata o item 2.3.8 estende-se a terceiro que auxilie a condução da contratação na qualidade de integrante de equipe de apoio, profissional especializado ou funcionário ou representante de empresa que preste assessoria técnica.

3. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

3.1. Na presente licitação, a fase de habilitação e análise da técnica sucederá as fases de propostas e julgamento.

3.2. *As Propostas Técnica e de Preços e a Documentação de Habilitação deverão ser entregues em 05 (cinco) envelopes separados, fechados de forma indevassável, devendo constar, no frontispício dos mesmos, exceto no envelope nº 01, as seguintes inscrições:*

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

3.4. *Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada que estiver acondicionado no envelope padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Comissão Permanente de Contratação do Município de Bom Jardim/PE.*

3.5. *O envelope nº 01 padronizado deverá ser retirado pela licitante até o primeiro dia útil anterior à data prevista para a sessão de recebimentos das Propostas Técnica e de Preços, no horário de 08h às 13h, na sala da Comissão Permanente de Contratação, situada à Praça 19 de Julho, SN, Centro, Bom Jardim – PE.*

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

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

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

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

ENVELOPE Nº 02

PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA IDENTIFICADA)

Razão Social e CNPJ da Licitante

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 00001/2025

Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE

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

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

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

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



ENVELOPE Nº 03

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

Razão Social e CNPJ da Licitante

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 00001/2025

Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE

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

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

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

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

ENVELOPE Nº 04 PROPOSTA DE PREÇOS

Razão Social e CNPJ da Licitante

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 00001/2025

Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE

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

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

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

ENVELOPE Nº 05

DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

Razão Social e CNPJ da Licitante

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 00001/2025

Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE

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

3.22. O envelope nº 05 só será entregue pela licitante que tiver sido classificada no julgamento final das propostas, devendo entregá-lo no dia, hora e local estipulados pela Comissão Permanente de Licitação.

4. DA ABERTURA DA SESSÃO E PORPOSTA DE PREÇOS

4.1. A abertura da presente licitação dar-se-á em sessão pública gravada, por meio presencial que será realizada na Sala da Comissão Permanente de Contratação de Bom Jardim/PE, na data, horário e local indicados neste Edital.

4.2. As propostas serão analisadas pela Comissão de Contratação técnica.

4.3. Quando adotado o critério de técnica e preço, a Proposta de Preço deverá:



a) obedecer ao modelo de remuneração previsto na Lei nº 12.232/2010, contemplando:

I. honorários da agência;

II. percentuais relativos à intermediação de serviços especializados de terceiros;

III. regras aplicáveis à remuneração sobre média, observadas as tabelas oficiais dos veículos e os descontos legais;

b) ser apresentada em planilha própria, contendo:

I. percentuais de honorários propostos para os diferentes tipos de serviço;

II. limites máximos de remuneração da agência, quando houver;

III. demais elementos que o edital vier a exigir.

4.4. A nota de preço será calculada conforme fórmula definida no edital, respeitando-se os parâmetros legais e o modelo de remuneração da Lei nº 12.232/2010.

4.5. Nos termos do art. 36, § 2º, da Lei nº 14.133/2021, quando adotado o critério de julgamento por técnica e preço, a Administração estabelece, de forma expressa e objetiva, a proporção entre a valoração da proposta técnica e da proposta de preço, observados os princípios da razoabilidade, proporcionalidade, isonomia e da seleção da proposta mais vantajosa.

Dessa forma, a nota final (NF) de cada licitante será obtida mediante combinação ponderada entre a Nota Técnica (NT) e a Nota de Preço (NP), conforme a seguinte fórmula:

$$NF = (70\% \times NT) + (30\% \times NP)$$

A atribuição do peso de 70% à Nota Técnica e 30% à Nota de Preço justifica-se em razão da natureza e da complexidade do objeto, que demanda elevado grau de especialização técnica para a adequada execução contratual, sem prejuízo da observância à economicidade e à competitividade do certame.

A ponderação adotada observará, ainda, quando aplicável, os parâmetros estabelecidos nos §§ 1º e 2º do art. 5º da Lei nº 12.232/2010, de modo a assegurar avaliação técnica qualificada, aliada à obtenção do melhor custo-benefício para a Administração Pública.

5. DA FASE DE JULGAMENTO

5.1. O Agente de contratação/Comissão verificará se os licitantes atendem às condições de participação no certame, conforme previsto no art. 14 da Lei nº 14.133/2021, legislação correlata e no item 3.7 do edital, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:

5.1.1. Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/ceis>); e

5.1.2. Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/cnep>).

5.1.3. Consulta consolidada (<https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br/>).

5.2. A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa licitante e também de seu sócio majoritário, por força da vedação de que trata o artigo 12 da Lei nº 8.429, de 1992.



5.3. Caso conste na Consulta de Situação do licitante a existência de Ocorrências Impeditivas Indiretas, o Agente de Contratação/Comissão diligenciará para verificar se houve fraude por parte das empresas apontadas no Relatório de Ocorrências Impeditivas Indiretas. (IN nº 3/2018, art. 29, caput)

5.3.1. A tentativa de burla será verificada por meio dos vínculos societários, linhas de fornecimento similares, dentre outros. (IN nº 3/2018, art. 29, §1º).

5.3.2. O licitante será convocado para manifestação previamente a uma eventual desclassificação. (IN nº 3/2018, art. 29, §2º).

5.3.3. Constatada a existência de sanção, o licitante será reputado inabilitado, por falta de condição de participação.

5.4. Caso o licitante provisoriamente classificado em primeiro lugar tenha se utilizado de algum tratamento favorecido às ME/epps, o Agente de Contratação/Comissão verificará se faz jus ao benefício, em conformidade com os itens deste edital.

5.5. Verificadas as condições de participação e de utilização do tratamento favorecido, o Agente de Contratação/Comissão examinará a proposta classificada em primeiro lugar quanto à adequação ao objeto e à compatibilidade do preço em relação ao máximo estipulado para contratação neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no artigo 29 a 35 da IN SEGES nº 73, de 30 de setembro de 2022.

5.6. Será desclassificada a proposta vencedora que:

5.6.1. Contiver vícios insanáveis;

5.6.2. Não obedecer às especificações técnicas contidas no Projeto Básico/Termo de Referência;

5.6.3. Apresentar preços inexequíveis ou permanecerem acima do preço máximo definido para a contratação;

5.6.4. Não tiverem sua exequibilidade demonstrada, quando exigido pela Administração;

5.6.5. Apresentar desconformidade com quaisquer outras exigências deste Edital ou seus anexos, desde que insanável.

5.7. No caso de bens e serviços em geral, é indício de inexecuibilidade das propostas valores inferiores a 50% (cinquenta por cento) do valor orçado pela Administração.

5.7.1. A inexecuibilidade, na hipótese de que trata o **caput**, só será considerada após diligência do Agente de Contratação/Comissão, que comprove:

5.7.1.1. Que o custo do licitante ultrapassa o valor da proposta; e

5.7.1.2. Inexistirem custos de oportunidade capazes de justificar o vulto da oferta.

5.8. Se houver indícios de inexecuibilidade da proposta de preço, ou em caso da necessidade de esclarecimentos complementares, poderão ser efetuadas diligências, para que a empresa comprove a exequibilidade da proposta.

5.9. Caso o custo global estimado do objeto licitado tenha sido decomposto em seus respectivos custos unitários por meio de Planilha de Custos e Formação de Preços elaborada pela Administração, o licitante classificado em primeiro lugar será convocado para apresentar Planilha por ele elaborada, com os respectivos valores adequados ao valor final da sua proposta, sob pena de não aceitação da proposta.

5.10. Para fins de análise da proposta quanto ao cumprimento das especificações do objeto, poderá ser colhida a manifestação escrita do setor requisitante do serviço ou da área especializada no objeto.

5.11. No caso de não haver entrega da amostra ou ocorrer atraso na entrega, sem justificativa aceita pelo Agente de Contratação/Comissão, ou havendo entrega de amostra fora das especificações previstas neste Edital, a proposta do licitante será recusada.



5.12. Se a(s) amostra(s) apresentada(s) pelo primeiro classificado não for(em) aceita(s), o Agente de Contratação/Comissão analisará a aceitabilidade da proposta ou lance ofertado pelo segundo classificado. Seguir-se-á com a verificação da(s) amostra(s) e, assim, sucessivamente, até a verificação de uma que atenda às especificações constantes no Projeto Básico/Termo de Referência.

6. DA FASE DE HABILITAÇÃO

6.1. Os documentos previstos no Termo de Referência, necessários e suficientes para demonstrar a capacidade do licitante de realizar o objeto da licitação, serão exigidos para fins de habilitação, nos termos dos arts. 62 a 70 da Lei nº 14.133, de 2021.

6.1.1. A documentação exigida para fins de habilitação jurídica, fiscal, social e trabalhista e econômico-financeira, poderá ser substituída pelo registro cadastral no SICAF.

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

6.3. Quando permitida a participação de consórcio de empresas, a habilitação técnica, quando exigida, será feita por meio do somatório dos quantitativos de cada consorciado e, para efeito de habilitação econômico-financeira, quando exigida, será observado o somatório dos valores de cada consorciado.

6.4. Os documentos exigidos para fins de habilitação poderão ser apresentados em original, por cópia.

6.5. Os documentos exigidos para fins de habilitação poderão ser substituídos por registro cadastral emitido por órgão ou entidade pública, desde que o registro tenha sido feito em obediência ao disposto na Lei nº 14.133/2021.

6.6. Será verificado se o licitante apresentou declaração de que atende aos requisitos de habilitação, e o declarante responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei (art. 63, I, da Lei nº 14.133/2021).

6.7. O licitante deverá apresentar, sob pena de desclassificação, declaração de que suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas.

6.8. A habilitação será verificada por meio de documentos apresentados pelo interessado.

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

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

6.9.1. A não observância do disposto no item anterior poderá ensejar desclassificação no momento da habilitação. (IN nº 3/2018, art. 7º, parágrafo único).

6.10. A verificação pelo Agente de Contratação/Comissão, em sítios eletrônicos oficiais de órgãos e entidades emissores de certidões constitui meio legal de prova, para fins de habilitação.

6.10.1. Os documentos relativos à regularidade fiscal que constem do Projeto Básico/Termo de Referência somente serão exigidos, em qualquer caso, em momento posterior ao julgamento das propostas, e apenas do licitante mais bem classificado.



6.11. Após a entrega dos documentos para habilitação, não será permitida a substituição ou a apresentação de novos documentos, salvo em sede de diligência, para (Lei 14.133/21, art. 64, e IN 73/2022, art. 39, §4º):

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

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

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

6.13. Na hipótese de o licitante não atender às exigências para habilitação, o Agente de Contratação/Comissão examinará a proposta subsequente e assim sucessivamente, na ordem de classificação, até a apuração de uma proposta que atenda ao presente edital, observado o prazo disposto.

6.14. Somente serão disponibilizados para acesso público os documentos de habilitação do licitante cuja proposta atenda ao edital de licitação, após concluídos os procedimentos de que trata o subitem anterior.

7. DA HABILITAÇÃO E DOCUMENTOS

Habilitação Jurídica

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

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

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

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

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

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

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

7.8. Cópia da Cédula de Identidade dos sócios ou responsáveis legais.

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



Habilitação fiscal, social e trabalhista

7.10. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso;

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

7.12. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS); declaração de que não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7º, XXXIII, da Constituição;

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

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

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

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

7.17. O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

Qualificação Econômico-Financeira

7.18. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, caput, inciso II); Quando no texto da certidão a que se refere, excluir os processos do PJE, será obrigatória, também, a apresentação Certidão negativa de falência 1º e 2º Grau emitidas na forma da Instrução Normativa do TJPE nº 07 de 02/06/2014, na Resolução do CNJ nº 185 e na Lei 11.419/2006, ou de sua jurisdição, expedida pelo distribuidor da sede do licitante em processo judicial eletrônico;

7.19. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, comprovando;

7.19.1. Índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);

7.19.2. As empresas criadas no exercício financeiro da contratação direta deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura.



7.19.3. Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital - ECD ao Sped.

7.20. Caso a empresa interessada apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação capital mínimo **OU** patrimônio líquido mínimo de 10% do valor total estimado da parcela pertinente.

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

Qualificação Técnica

7.22. Comprovação de aptidão para o fornecimento do objeto, por meio de atestado fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, declarando ter a empresa licitante fornecido objeto compatíveis e pertinentes em características, quantidades e prazos, com o objeto deste Edital, devendo o atestado conter, além do nome do atestante, seu endereço e telefone, ou qualquer outra forma de que o pregoeiro possa valer-se para manter contato com a empresa declarante.

7.23. Os atestados de capacidade técnica somente serão exigidos para parcelas de maior relevância ou valor mais significativo da licitação, ou seja, as que tenham valor igual ou superior a 4% (quatro por cento) do total estimado da contratação.

7.24. Com a finalidade de tornar objetivo o julgamento da documentação de qualificação técnica, considera(m)-se compatível(eis) o(s) documento(s) que expressamente certifique(m) que o licitante já forneceu pelo menos 10% das quantidades e prazos descritos na proposta de preço apresentada nessa licitação.

7.25. O licitante poderá apresentar quantos documentos julgar necessários para comprovar que já executou objeto similar ao da licitação;

7.26. A ausência de apresentação de documento de aptidão claro, legível e idôneo, conforme com este edital, tendo em vista as características do objeto, é motivo de inabilitação, mediante decisão motivada pela Comissão.

7.27. A licitante deverá apresentar Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento emitido pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão, válido e vigente, conforme art. 4º, §1º da Lei nº 12.232/2010. O certificado do CENP comprova:

- a) competência técnica para atuar como agência de propaganda;
- b) observância às Normas-Padrão aplicáveis ao setor publicitário;
- c) aderência a padrões profissionais exigidos para atendimento ao serviço público.

7.28. Na hipótese de apresentação de certificação equivalente, a empresa deverá anexar:

- a) cópia da lei ou norma que reconheceu a entidade certificadora como apta;
- b) documento que valide sua equivalência técnica e regulatória.

Comprovação da Equipe Técnica



7.29. A licitante deverá comprovar que possui equipe própria, permanente ou vinculada por contrato profissional, constituída por profissionais qualificados.

7.30. Documentos aceitos para comprovação:

- a) currículos assinados;
- b) registros profissionais (DRT, CRT, portfólios certificados ou comprovação de experiência);
- c) vínculos formais (CTPS, contratos de prestação de serviços ou declaração da agência).

Critérios e Subcritérios de Julgamento da Proposta Técnica

7.31. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

7.32.1 A nota da Proposta Técnica será apurada atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos, no total de 100 (cem), distribuídos conforme descritos nos itens a seguir.

7.32.1.1. Raciocínio Básico: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

- a) Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais da comunicação de utilidade pública da Prefeitura. – até 1,0 (um) ponto
- b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pela Prefeitura em todas as áreas contempladas pelo edital. - até 2,0 (dois) pontos
- c) Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura tanto em sua missão na construção de publicidades educativas, quanto no âmbito da linha de atuação em questão. - até 3,0 (três) pontos
- d) Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação. - até 4,0 (quatro) pontos

7.32.1.2. Estratégia de Comunicação: máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação das campanhas institucional da Prefeitura e a(os) seus (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação; - até 5,0 (cinco) pontos
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos pela candidata e sua riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação institucional da Prefeitura com seus públicos; - até 5,0 (cinco) pontos
- c) Desenvolvimento, adequação/pertinência e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, incluindo as determinações do Planejamento capazes de guiar as diretrizes criativas e de mídia da proposta; - até 6,0 (seis) pontos



d) a consistência lógica da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação, públicos e verba; - até 4,0 (quatro) pontos

7.32.1.3. Ideia Criativa: máximo de 21 (vinte e um) pontos, da seguinte forma:

a) Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha propostos em briefing: - até 6,0 (seis) pontos

b) Capacidade de síntese da estratégia de comunicação e manejo/adequação da linguagem, demonstrados em sua unidade criativa e qualidade técnica dos exemplos apresentados. – até 4,0 (quatro) pontos

c) Cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida. - até 4,0 (quatro) pontos

d) Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas. – até 7,0 (sete) pontos

7.32.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 14 (quatorze) pontos, da seguinte forma:

a) Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação (psicográficos e sócio demográficos). – até 3,0 (três) pontos

b) Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, bem como da busca de fontes para embasar estes dados; - até 3,0 (três) pontos

c) Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa. – até 4,0 (quatro) pontos

d) Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, incluídas métricas e rentabilidades mensuráveis. – até 4,0 (quatro) pontos

7.32.1.5. Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

a) Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura. – até 4,0 (quatro) pontos

b) Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade (fluxo e normas), segurança, prestação no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à Prefeitura na escolha de soluções alternativas. – até 6,0 (seis) pontos



c) A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura bem como a qualidade da definição técnica especificamente destes profissionais à disposição. – até 5,0 (cinco) pontos

7.32.1.6. Repertório: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

a) Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa; - até 4,0 (quatro) pontos

b) A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas; - até 2,0 (dois) pontos

c) Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação educativa e do setor público. - até 4,0 (quatro) pontos

7.32.1.7. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

a) A evidência de planejamento publicitário; - até 2 (dois) pontos

b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta; - até 2 (dois) pontos

c) A relevância dos resultados apresentados diante dos desafios; - até 3 (três) pontos

d) Na concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso. – até 3 (três) pontos.

7.32.2. DA ESCALA DE AVALIAÇÃO

7.32.2.1. Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos subitens anteriores serão considerados, como notas máximas, para efeito de atribuição das notas.

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

7.32.2.3. Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 05 (cinco) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com escala aqui proposta referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito:

1 Não abordado ou erroneamente abordado -0% da nota máxima

2 Insuficientemente abordado - 30% da nota máxima

3 Parcialmente abordado - 50% da nota máxima

4 Satisfatoriamente abordado - 70% da nota máxima

5 Totalmente abordado - 100% da nota máxima



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

7.32.3. CLASSIFICAÇÃO REFERÊNCIA DE AVALIAÇÃO

- a) Não abordado ou Erroneamente abordado - Quando a proposta não contempla e/ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto para ser avaliado, contendo grandes desvios e/ou erros grosseiros, e pouco compatíveis com o critério.
- b) Insuficientemente abordado - Quando a proposta contempla de forma insuficiente (claramente incompleta) os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto a ser avaliado, com pequenos e não relevantes desvios do solicitado.
- c) Parcialmente abordado - Quando a proposta contempla alguns aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.
- d) Satisfatoriamente abordado - Quando a proposta contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica.
- e) Totalmente abordado - Quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e, apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério.

7.32.3.1. A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os incisos IV, V e VI do § 4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

7.32.3.2. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima atribuída a cada candidata no quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das avaliações, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

7.32.4. DA DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

7.32.4.1. Será desclassificada a Proposta que:

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



7.32.5. DA ESCALA DE CLASSIFICAÇÃO TÉCNICA

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

Declarações

7.32. Apresentar as declarações em anexo a este edital.

8. DOS RECURSOS

8.1. A interposição de recurso referente ao julgamento das propostas, à habilitação ou inabilitação de licitantes, à anulação ou revogação da licitação, observará o disposto no art. 165 da Lei nº 14.133, de 2021.

8.2. O prazo recursal é de 3 (três) dias úteis, contados da data de intimação ou de lavratura da ata.

8.3. Quando o recurso apresentado impugnar o julgamento das propostas ou o ato de habilitação ou inabilitação do licitante:

8.3.1. A intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, sob pena de preclusão;

8.3.2. O prazo para a manifestação da intenção de recorrer não será inferior a 10 (dez) minutos.

8.3.3. O prazo para apresentação das razões recursais será iniciado na data de intimação ou de lavratura da ata de habilitação ou inabilitação;

8.3.4. Na hipótese de adoção da inversão de fases prevista no § 1º do art. 17 da Lei nº 14.133, de 2021, o prazo para apresentação das razões recursais será iniciado na data de intimação da ata de julgamento.

8.4. Os recursos deverão ser encaminhados via e-mail: bomjardimeditais20@gmail.com.

8.5. O recurso será dirigido à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, a qual poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, encaminhar recurso para a autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

8.6. Os recursos interpostos fora do prazo não serão conhecidos.

8.7. O prazo para apresentação de contrarrazões ao recurso pelos demais licitantes será de 3 (três) dias úteis, contados da data da intimação pessoal ou da divulgação da interposição do recurso, assegurada a vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.

8.8. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

8.9. O acolhimento do recurso invalida tão somente os atos insuscetíveis de aproveitamento.

8.10. Os autos do processo permanecerão com vista a partir de solicitação de vistas do processo físico.

9. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES

9.1. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa:

9.1.1. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo Agente de Contratação/Comissão durante o certame;

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

9.1.2.1. Não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;



- 9.1.2.2. Recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;
- 9.1.2.3. Pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva;
- 9.1.2.4. Deixar de apresentar amostra; ou
- 9.1.2.5. Apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;

9.1.3. Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

- 9.1.3.1. Recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;

9.1.4. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação

9.1.5. Fraudar a licitação

9.1.6. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

- 9.1.6.1. Induzir deliberadamente a erro no julgamento;

- 9.1.6.2. Apresentar amostra falsificada ou deteriorada;

9.1.7. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação

9.1.8. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013.

9.2. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

9.2.1. Advertência;

9.2.2. Multa;

9.2.3. Impedimento de licitar e contratar; e

9.2.4. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

9.3. Na aplicação das sanções serão considerados:

9.3.1. A natureza e a gravidade da infração cometida.

9.3.2. As peculiaridades do caso concreto;

9.3.3. As circunstâncias agravantes ou atenuantes;

9.3.4. Os danos que dela provierem para a Administração Pública;

9.3.5. A implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

9.4. A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato licitado, recolhida no prazo máximo de **30 (trinta) dias** úteis, a contar da comunicação oficial.

9.4.1. Para as infrações previstas nos itens 9.1.1, 9.1.2 e 9.1.3, a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

9.4.2. Para as infrações previstas nos itens 9.1.4, 9.1.5, 9.1.6, 9.1.7 e 9.1.8, a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.



9.5. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

9.6. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

9.7. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 9.1.1, 9.1.2 e 9.1.3, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

9.8. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 9.1.4, 9.1.5, 9.1.6, 9.1.7 e 9.1.8, bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens 9.1.1, 9.1.2 e 9.1.3 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei n.º 14.133/2021.

9.9. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, descrita no item 9.1.3, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação, nos termos do art. 45, §4º da IN SEGES/ME n.º 73, de 2022.

9.10. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

9.11. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

9.12. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.

9.13. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

9.14. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

10. DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

10.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este Edital por irregularidade na aplicação da Lei nº 14.133, de 2021, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data da abertura do certame.

10.2. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgado em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

10.3. A impugnação e o pedido de esclarecimento poderão ser realizados por forma eletrônica, *pelos seguintes meios*:

10.3.1. Pelo e-mail: bomjardimeditais20@gmail.com



10.3.2. Protocolizando o original, nos horários de expediente acima indicados, exclusivamente no seguinte endereço: Praça 19 de Julho, S/N - Centro – Bom Jardim – PE;

10.3.3. Remetida via postal - com Aviso de Recebimento AR - ao endereço constante do preâmbulo deste Edital, aos cuidados do Agente de Contratação, Laete Kelwe Gomes da Silva. Não sendo rigorosamente observadas as exigências deste subitem, a petição não será conhecida.

10.4. As impugnações e pedidos de esclarecimentos não suspendem os prazos previstos no certame.

10.5. A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pelo agente de contratação, nos autos do processo de licitação.

10.6. Acolhida a impugnação, será definida e publicada nova data para a realização do certame.

11. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

11.1. Será divulgada ata da sessão pública por e-mail.

11.2. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação em contrário, pelo Agente de Contratação/ Comissão.

11.3. Todas as referências de tempo no Edital, no aviso e durante a sessão pública observarão o horário de Brasília - DF.

11.4. A homologação do resultado desta licitação não implicará direito à contratação.

11.5. As normas disciplinadoras da licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse da Administração, o princípio da isonomia, a finalidade e a segurança da contratação.

11.6. Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Administração não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

11.7. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Administração.

11.8. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento do licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.

11.9. Em caso de divergência entre disposições deste Edital e de seus anexos ou demais peças que compõem o processo, prevalecerá as deste Edital.

11.10. O Edital e seus anexos estão disponíveis, na íntegra, na sede da Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE e por e-mail: bomjardimeditais20@gmail.com.

11.11. Integram este Edital, para todos os fins e efeitos, os seguintes anexos:

ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA

ANEXO II – MODELO DE PROPOSTA

ANEXO III - MINUTA DE TERMO DE CONTRATO

ANEXO V – MODELOS DE DECLARAÇÕES



Bom Jardim-PE, 22 de dezembro de 2025.

João Francisco da Silva Neto
Prefeito

Célio de Andrade Borges Filho
Secretário De Desenvolvimento Econômico, Empreendedorismo, Cultura, Turismo e
Lazer
Matrícula nº 997562

Danielly Monteiro de Moraes Batista
Secretária de Educação, Ciência, Tecnologia e Inovação
Matrícula nº 997565

Gabriele Silva Fernandes de Souza
Secretária de Finanças
Matrícula nº 997555

João Écio Fonseca de Arruda
Secretário de Agricultura, Pecuária e Meio Ambiente
Matrícula nº 997560

Josevaldo José de Santana
Secretário de Administração
Matrícula nº 997558

Maria Rosemaura de Aguiar
Secretária de Assistência Social e Combate à Fome
Matrícula nº 999147

Mayr Gustavo de Oliveira
Secretário de Obras, Transportes e Serviços Públicos
Matrícula nº 997561

Sebastião Rufino Ribeiro Filho
Secretário de Esportes e Juventude
Matrícula nº 997563



Severino Aguinaldo de Lima
Secretário de Saúde
Matrícula nº 992861



ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA

PREFEITURA MUNICIPAL DE BOM JARDIM

1. DO OBJETO

- 1.1. A presente contratação tem por objeto a prestação de **serviços de publicidade institucional**, destinados a atender às demandas de comunicação da Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE e de seus Fundos Municipais vinculados, conforme condições e exigências estabelecidas no item 1.2 deste Termo de Referência.
- 1.2. Os serviços compreendem, de forma abrangente, a **conceituação, criação, produção, execução, planejamento, distribuição e veiculação de peças e conteúdos publicitários**, incluindo materiais para mídias digitais, impressas, externas, rádio, televisão, mídia interior e demais formatos utilizados na comunicação pública, respeitadas as especificações técnicas, quantidades, diretrizes e condições operacionais detalhadas neste instrumento.
- 1.3. Os serviços objeto desta contratação são caracterizados como serviços técnicos especializados, na forma do artigo 6º da Lei nº 14.133/2021, compatíveis com descrição usual de mercado e com solução amplamente ofertada, conforme justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar.
- 1.4. Objeto desta contratação não se enquadra como sendo de bem de luxo, conforme Decreto nº 10.818, de 27 de setembro de 2021.
- 1.5. *O prazo de vigência da contratação será de até 12 (doze) meses, contados da assinatura do contrato, prorrogável conforme arts. 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021, considerando sua natureza continuada.*
- 1.6. O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à vigência da contratação.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

- 2.1. A presente contratação fundamenta-se na necessidade de estruturar e executar, de forma contínua e profissional, as ações de comunicação pública e publicidade institucional da Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE e das diversas Secretarias, órgãos e Fundos Municipais vinculados, com o objetivo de garantir a adequada divulgação de atos, programas, serviços, campanhas e demais informações de interesse coletivo. Tal necessidade decorre do cumprimento do princípio da publicidade insculpido no artigo 37, caput, da Constituição Federal; da transparência ativa prevista na Lei nº 12.527/2011; e das disposições da Lei nº 12.232/2010, que disciplina as contratações de serviços de publicidade realizadas pela Administração Pública.

A necessidade da contratação decorre das demandas permanentes de comunicação institucional e de utilidade pública existentes **nas diversas Secretarias, órgãos e Fundos vinculados**, que exigem a realização de campanhas informativas, educativas e orientadoras dirigidas à população, assegurando que os cidadãos tenham acesso a informações claras, acessíveis, tempestivas e socialmente úteis acerca de políticas públicas, programas, projetos e serviços ofertados. Essas ações são essenciais para



fortalecer a relação entre a Administração Pública e a sociedade, promovendo transparência, cidadania e controle social.

O diagnóstico constante do Estudo Técnico Preliminar evidenciou que a estrutura atualmente disponível no âmbito da Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE é insuficiente para o desenvolvimento de campanhas publicitárias com a amplitude, qualidade técnica e alcance necessários. Tal insuficiência decorre, especialmente, da multiplicidade de canais de comunicação hoje utilizados, da complexidade das estratégias de mídia, da necessidade de integração entre meios tradicionais e digitais e da obrigatoriedade de observância às normas específicas que regem a publicidade pública.

Considerando que os serviços de publicidade envolvem atividades intelectuais e técnicas especializadas, tais como estudo, planejamento, conceituação, criação, produção, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição de peças e campanhas e avaliação de resultados, conforme estabelece o artigo 2º da Lei nº 12.232/2010, reconhece-se que tais demandas são mais adequadamente atendidas por empresa especializada, com equipe multidisciplinar, recursos tecnológicos e infraestrutura compatível com o volume e a heterogeneidade das demandas provenientes das diversas Secretarias, órgãos e Fundos Municipais vinculados.

A ausência dessa contratação implicaria prejuízo à efetividade das políticas públicas, comprometeria a divulgação de ações governamentais e reduziria o alcance das informações de interesse coletivo, enfraquecendo a transparência e a prestação de contas à sociedade. Esse cenário afrontaria os princípios da eficiência, da publicidade e da transparência previstos no artigo 37 da Constituição Federal e no artigo 5º da Lei nº 14.133/2021.

A fundamentação da contratação, a justificativa dos quantitativos, a descrição detalhada das necessidades institucionais, do público-alvo, dos objetivos de comunicação, dos requisitos mínimos da solução, da avaliação de riscos e das alternativas analisadas encontram-se pormenorizadas em tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice integrante deste Termo de Referência.

- 2.2. A fundamentação da contratação e de seus quantitativos encontra-se descrita e detalhada em capítulo próprio dos Estudos Técnicos Preliminares, documento que compõe parte integrante e complementar deste instrumento.
- 2.3. O Plano de Contratações Anual encontra-se pormenorizada em tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO E ESPECIFICAÇÃO DO PRODUTO

- 3.1. A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada em tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.



4. REQUISITOS DA PARTICIPAÇÃO

Sustentabilidade:

- 4.1. Em conformidade com o Decreto Federal nº 10.024/19, aponta que “o princípio do desenvolvimento sustentável será observado nas etapas do processo de contratação, em suas dimensões econômica, social, ambiental e cultural, no mínimo, com base nos planos de gestão de logística sustentável dos órgãos e das entidades” (art. 2º, §1º).

Não há previsão de nenhum impacto ambiental. Dada a natureza do objeto que se pretende adquirir, não se verifica impactos ambientais relevantes, sendo necessário tão somente que a licitante atenda aos critérios dos órgãos fiscalizadores e à política de sustentabilidade Ambiental de produção dos seus itens e descarte.

Subcontratação

- 4.2. É admitida a subcontratação parcial do objeto, nas seguintes condições:

- 4.2.1. É vedada a subcontratação completa ou da parcela principal do objeto da contratação, a qual consiste no conjunto de atividades de natureza intelectual e estratégica previstas no art. 2º da Lei nº 12.232/2010, incluindo:

- a) estudo, planejamento e conceituação das campanhas;
- b) criação das peças publicitárias;
- c) supervisão e direção técnica da execução;
- d) definição das estratégias de mídia, canais e formatos;
- e) controle da identidade visual, diretrizes de comunicação e da coerência criativa.

- 4.2.2. A subcontratação parcelada é permitida até 25%, limitar-se-á exclusivamente aos serviços técnicos especializados de terceiros necessários à execução das peças, nos termos dos arts. 5º, 6º, 14 e 15 da Lei nº 12.232/2010, tais como:

- a) produção gráfica;
- b) produção audiovisual;
- c) áudio, jingle e trilhas sonoras;
- d) fotografia técnica;
- e) impressão e acabamentos;
- f) locação de equipamentos específicos;
- g) serviços necessários à execução material das campanhas.

- 4.2.3. A subcontratação é permitida a contratação de terceiros pelo contratado para a execução dos serviços complementares, respeitando os limites da lei nº 14.133/2021 e 12.232/2010.

- 4.2.4. Para cada serviço de terceiros, a agência contratada deverá apresentar, antes da contratação:

- a) três orçamentos de fornecedores cadastrados, conforme art. 14 da Lei nº 12.232/2010;
- b) justificativa técnica para escolha da proposta mais vantajosa;



c) comprovação dos descontos obrigatórios aplicados pelos veículos de mídia, nos termos do art. 15 da mesma lei.

4.2.5. A agência permanecerá integralmente responsável pela qualidade, prazo e resultado de todos os serviços subcontratados, nos termos do art. 122 da Lei nº 14.133/2021

4.2.6. O contrato detalhará as regras complementares relativas à subcontratação permitida, à responsabilidade da contratada e às condições de fiscalização.

4.3. O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à subcontratação, caso admitida.

Garantia da contratação

4.4. Não haverá exigência da garantia da contratação dos artigos 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, pelas razões constantes do Estudo Técnico Preliminar.

5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

Condições de Entrega

5.1. A execução dos serviços de publicidade será iniciada em até 5 (cinco) dias úteis após a ordem de fornecimento de forma contínua, conforme demandas encaminhadas pelo órgão contratante, obedecendo ao fluxo operacional previsto neste Termo de Referência e nas normas da Lei nº 12.232/2010.

5.2. A execução dos serviços compreenderá as seguintes etapas:

5.2.1. Plano de Comunicação: A agência deverá elaborar Plano de Comunicação para cada demanda institucional, contendo, no mínimo, os seguintes elementos (que poderão ser ampliados, detalhados ou ajustados conforme o briefing específico de cada ação):

I. Raciocínio Básico da Comunicação

- a) contextualização da demanda institucional a ser atendida;
- b) identificação das necessidades, justificativas e objetivos de comunicação;
- c) definição do enquadramento comunicacional mais adequado;
- d) alinhamento com políticas, programas e diretrizes do órgão ou da Administração Municipal.

II. Estratégia de Comunicação

- a) definição dos objetivos específicos da ação (informar, orientar, mobilizar etc.);
- b) identificação e caracterização dos públicos prioritários e secundários;
- c) definição das mensagens-chave, com linguagem clara e acessível;
- d) direcionamento estratégico da comunicação (tom, abordagem, amplitude e formato);
- e) adequação aos princípios da publicidade institucional, ética, transparência e interesse público.



III. Ideia Criativa

- a) apresentação do conceito criativo central, com possíveis desdobramentos multimídia;
- b) justificativa técnica da abordagem criativa adotada;
- c) coerência com a identidade institucional do Município;
- d) descrição preliminar dos formatos gráficos, audiovisuais, digitais e textuais;
- e) apresentação de peças simuladas (layouts, roteiros, storyboards, textos etc.) para análise prévia.

IV. Estratégia de Mídia

- a) definição dos meios adequados à veiculação (TV, rádio, mídia exterior, redes sociais, internet, impressos etc.);
- b) plano de distribuição das peças, com justificativa técnica para cada meio;
- c) cronograma preliminar de veiculação;
- d) indicadores de alcance e impacto estimado;
- e) observância das tabelas de preços dos veículos e descontos obrigatórios previstos no art. 15 da Lei nº 12.232/2010, quando aplicável.

V. Estratégia de Não Mídia

- a) indicação de ações de comunicação institucional que não envolvam compra de espaço publicitário, como:
 - materiais informativos;
 - ações de engajamento comunitário;
 - comunicação orgânica em plataformas digitais;
 - ações educativas e institucionais;
- b) justificativa da pertinência e do interesse público das ações propostas.

VI. Avaliação e Monitoramento

- a) definição de KPIs e métricas de desempenho;
- b) métodos de mensuração e critérios de avaliação;
- c) indicadores de eficácia e eficiência (alcance, engajamento, compreensão etc.);
- d) periodicidade dos relatórios de desempenho;
- e) recomendações de ajustes ou otimizações.

Consolidação e Aprovação

O Plano de Comunicação deverá ser submetido à análise técnica do órgão contratante, que poderá:

- a) aprová-lo integralmente;
- b) aprová-lo com ajustes;
- c) solicitar reformulações;
- d) determinar reelaboração completa.

5.2.2. Execução após aprovação

- a) Somente após aprovação formal do Plano de Comunicação pelo órgão contratante poderão ser iniciadas as etapas de criação, produção, veiculação ou ações complementares.



5.2.3.Planejamento

- a) elaboração de planos de comunicação e estratégias institucionais conforme briefing;
- b) definição de objetivos, públicos prioritários e estratégias de divulgação.

5.2.4.Criação

- a) desenvolvimento de conceitos, roteiros, peças e materiais publicitários;
- b) ajustes conforme solicitações formais da Administração.

5.2.5.Produção e Execução Técnica

- a) produção gráfica, audiovisual, digital, eletrônica ou outros meios necessários;
- b) quando houver contratação de terceiros, observar o art. 14 da Lei nº 12.232/2010.

5.2.6.Veiculação

- a) contratação de veículos de comunicação, com aplicação dos descontos obrigatórios;
- b) apresentação de relatórios de comprovação de veiculação, quando aplicável.

5.2.7.Acompanhamento e Supervisão

- a) monitoramento de resultados e entrega de relatórios de desempenho;
- b) recomendações de otimização e melhorias contínuas.

5.3. A prestação dos serviços será realizada conforme cronograma definido por demanda, mediante autorizações formais emitidas pelo órgão contratante.

5.4. As solicitações deverão ser encaminhadas por meio eletrônico oficial ou plataforma definida pelo órgão, devendo a contratada acusar recebimento e informar o prazo de entrega.

5.5. Todas as peças publicitárias deverão seguir padrões de acessibilidade comunicacional, incluindo legendas, janela de Libras, audiodescrição e linguagem simples, conforme legislação vigente.

5.6. Caso não seja possível cumprir o prazo estabelecido, a contratada deverá comunicar formalmente as razões com antecedência mínima de 3 (três) dias úteis, para análise de eventual prorrogação, ressalvadas situações de caso fortuito ou força maior.

5.7. Os serviços serão executados nas dependências da contratada, salvo quando houver necessidade de presença técnica em reuniões presenciais, coberturas institucionais, entrevistas ou atividades específicas.

5.8. O órgão poderá solicitar reuniões presenciais ou virtuais sempre que necessário para alinhamento técnico.



5.9. As entregas deverão ocorrer em formato digital, editável e finalizado, conforme especificações da demanda.

5.10. Para serviços de mídia, a contratada deverá apresentar:

- a) mapas de veiculação;
- b) comprovações de inserção;
- c) relatórios pós-campanha;
- d) métricas digitais de desempenho.

6. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

- 6.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.
- 6.2. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.
- 6.3. As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.
- 6.4. O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.
- 6.5. Após a assinatura do contrato, o órgão convocará a contratada para reunião inicial de alinhamento, oportunidade em que será apresentado o plano de fiscalização e serão definidas diretrizes gerais sobre cumprimento das obrigações contratuais, formas de solicitação de campanhas, fluxo de aprovação de peças e materiais, prazos de entrega, mecanismos de aferição dos resultados e indicadores de desempenho, ajuste de planos de mídia, sanções contratuais aplicáveis.

Fiscalização

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

Fiscalização Técnica

- 6.7. O fiscal técnico do contrato acompanhará a execução dos serviços de publicidade, verificando se todas as etapas — planejamento, criação, produção, veiculação e entrega dos relatórios — estão sendo realizadas conforme previsto no contrato e no Termo de Referência, assegurando a observância do padrão de qualidade esperado pela Administração. (Decreto nº 11.246/2022, art. 22, VI)

- 6.7.1. O fiscal técnico registrará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências identificadas durante a execução das campanhas, peças e ações publicitárias, detalhando eventuais inconsistências, necessidades de ajustes e



medidas saneadoras. (Lei nº 14.133/2021, art. 117, §1º; Decreto nº 11.246/2022, art. 22, II)

6.7.2. Constatada qualquer irregularidade técnica, desconformidade com o briefing, inadequação legal ou necessidade de revisão de peças, o fiscal técnico emitirá notificação formal à contratada, fixando prazo para correção ou adequação. (Decreto nº 11.246/2022, art. 22, III)

6.7.3. Sempre que identificar situação que extrapole sua competência ou que demande decisão administrativa superior — como cancelamento de campanha, alteração de estratégias, revisão de plano de mídia ou necessidade de aditivo — o fiscal técnico informará imediatamente ao gestor do contrato para deliberação. (Decreto nº 11.246/2022, art. 22, IV)

6.7.4. Havendo qualquer fato que possa comprometer a execução tempestiva das campanhas publicitárias, especialmente em ações de utilidade pública e campanhas com cronograma definido, o fiscal técnico comunicará o gestor do contrato de forma imediata. (Decreto nº 11.246/2022, art. 22, V)

6.7.5. O fiscal técnico comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, sobre a proximidade do término da vigência contratual, a fim de permitir eventual renovação ou providências necessárias para nova licitação ou contratação. (Decreto nº 11.246/2022, art. 22, VII)

Fiscalização Administrativa

6.8. O fiscal administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário ([Art. 23, I e II, do Decreto nº 11.246, de 2022](#)).

6.8.1. Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência; ([Decreto nº 11.246, de 2022, art. 23, IV](#)).

6.9. Além das atribuições acima, a fiscalização contratual observará as seguintes rotinas, podendo o órgão detalhá-las conforme necessidade específica:

6.9.1. Conferência da regularidade dos relatórios de mídia e comprovantes de veiculação apresentados pela agência.

6.9.2. Verificação de que a execução das peças atende aos critérios de acessibilidade comunicacional previstos na legislação, incluindo legenda, audiodescrição, Libras e linguagem inclusiva.

6.9.3. Monitoramento do cumprimento dos prazos de entrega das peças e materiais publicitários.

6.9.4. Acompanhamento contínuo da execução do plano de comunicação e dos resultados das campanhas, registrando riscos identificados e medidas de mitigação adotadas.



Gestor do Contrato

- 6.10. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, IV).
- 6.11. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, II).
- 6.12. O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotará os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, III).
- 6.13. O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VIII).
- 6.14. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, X).
- 6.15. O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VI).
- 6.16. O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.
- 6.17. Compete ao gestor do contrato analisar e aprovar, previamente, os briefings, planos de comunicação, planos de mídia e estratégias criativas apresentados pela agência, garantindo aderência às políticas institucionais, à legislação vigente e ao princípio da impessoalidade.
- 6.18. O gestor deverá verificar se todas as peças publicitárias entregues pela agência respeitam as normas de publicidade governamental, incluindo:
 - a) vedação a promoção pessoal;
 - b) acessibilidade comunicacional obrigatória;



- c) adequação do conteúdo à finalidade pública;
- d) respeito às diretrizes legais da Lei nº 12.232/2010.

- 6.19. O gestor do contrato deverá validar os relatórios de veiculação, relatórios de desempenho, monitoramento de mídia e indicadores de alcance e impacto, atestando sua conformidade antes da liquidação dos serviços.
- 6.20. Compete ao gestor assegurar que a agência apresente, no caso de serviços de terceiros, os três orçamentos obrigatórios, nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010, antes da contratação e execução de serviços complementares.
- 6.21. O gestor deverá observar, ao longo da execução contratual, se a agência mantém o cumprimento de requisitos técnicos essenciais, tais como:
- a) manutenção de equipe qualificada;
 - b) uso de softwares e equipamentos compatíveis;
 - c) garantia de qualidade dos materiais publicitários;
 - d) respeito aos prazos contratuais.
- 6.22. O gestor deverá orientar a agência sobre eventuais ajustes de estratégia, adequações técnicas ou solicitações extraordinárias, mantendo comunicação contínua para assegurar a fluidez das campanhas e ações de comunicação.
- 6.23. O gestor deverá arquivar e organizar todos os briefings, versões de peças, relatórios, comprovantes de veiculação e aprovações internas, garantindo rastreabilidade e transparência do processo.
- 6.24. O gestor deverá zelar pela observância, pela contratada, de requisitos de sustentabilidade previstos no TR e contrato, especialmente quanto ao cumprimento do art. 225 da Constituição Federal e das diretrizes ambientais aplicáveis à produção e descarte de materiais.

7. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO

Recebimento

- 7.1. Os serviços de publicidade serão medidos conforme a efetiva execução das etapas do ciclo publicitário, a partir da aprovação prévia da Administração, observando-se o disposto na Lei nº 12.232/2010 e nas cláusulas deste Termo de Referência.
- 7.2. O pagamento ocorrerá somente após a comprovação da entrega dos serviços, mediante apresentação dos seguintes documentos, conforme a natureza da atividade executada:

Planejamento e Criação

- 7.2.1. Para atividades de planejamento estratégico, concepção, criação e desenvolvimento de peças ou campanhas publicitárias, o pagamento dependerá da apresentação do relatório de entrega contendo:
- a) aprovação formal do briefing pela Administração;
 - b) registro das etapas criativas aprovadas;
 - c) peças finais criadas e validadas;
 - d) parecer técnico do fiscal do contrato.



Produção Técnica e Serviços Especializados de Terceiros

7.2.2. Para atividades que envolvam serviços de produção gráfica, audiovisual, digital ou demais serviços especializados de terceiros, observar-se-á o art. 14 da Lei nº 12.232/2010, devendo a contratada apresentar:

- a) três orçamentos obtidos junto a fornecedores previamente cadastrados pela Administração;
- b) justificativa técnica da escolha;
- c) comprovante da execução;
- d) aceite formal do fiscal técnico;
- e) documentação fiscal compatível com o serviço executado.

Veiculação e Mídia

7.2.3. A veiculação publicitária será remunerada conforme art. 15 da Lei nº 12.232/2010, mediante:

- a) apresentação das tabelas oficiais dos veículos de comunicação vigentes à época da contratação;
- b) indicação dos descontos negociados;
- c) comprovantes de inserções (PIs, relatórios de veiculação, mapas de mídia, prints, logs etc.);
- d) parecer de conformidade do fiscal do contrato.

Monitoramento, Relatórios e Avaliação de Resultados

7.2.4. Para o monitoramento de campanhas e entrega de relatórios de avaliação, a medição observará:

- a) relatório analítico contendo métricas de desempenho, alcance, impressões, impactos, CTR, KPIs ou equivalentes;
- b) análise técnica da eficácia da campanha;
- c) validação do fiscal técnico quanto à metodologia e consistência dos dados apresentados.

CrITÉRIOS gerais de Mediação

- 7.3. A medição será mensal, salvo quando a natureza da campanha exigir medição por entrega específica ou por fase concluída.
- 7.4. Não serão consideradas como entregues peças não aprovadas, retrabalhos decorrentes de erro da contratada ou peças devolvidas para ajustes.
- 7.5. Somente serão aceitas entregas realizadas mediante autorização prévia da Administração e em conformidade com os briefings aprovados.
- 7.6. Serviços ou peças produzidas sem autorização formal não serão objeto de pagamento.

Liquidação

- 7.7. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de dez dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período, nos termos do art. 7º, §3º [da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77/2022](#).
- 7.8. Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente apresentado expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

- 7.8.1.o prazo de validade;



- 7.8.2.a data da emissão;
- 7.8.3.os dados do contrato e do órgão contratante;
- 7.8.4.o período respectivo de execução do contrato;
- 7.8.5.o valor a pagar; e
- 7.8.6.eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.
- 7.8.7.anexos obrigatórios previstos na Lei 12.232/2010, tais como:
 - a. comprovantes de veiculação;
 - b. mapas de mídia;
 - c. PIs (pedidos de inserção);
 - d. relatórios de execução;
 - e. 3 orçamentos para serviços de terceiros (art. 14 da Lei 12.232/2010), quando aplicável.
- 7.9. Havendo erro na apresentação da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus ao contratante;
- 7.10. A nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente deverá ser obrigatoriamente acompanhado da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no [art. 68 da Lei nº 14.133, de 2021](#).
- 7.11. A Administração deverá realizar consulta para: a) verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas; b) identificar possível razão que impeça a contratação no âmbito do órgão, tais como a proibição de contratar com a Administração ou com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas (INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 3, DE 26 DE ABRIL DE 2018).
- 7.12. Constatando-se, a situação de irregularidade do contratado, será providenciada sua notificação, por escrito, para que, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa. O prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, a critério do contratante.
- 7.13. Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, o contratante deverá comunicar aos órgãos responsáveis pela fiscalização da regularidade fiscal quanto à inadimplência do contratado, bem como quanto à existência de pagamento a ser efetuado, para que sejam acionados os meios pertinentes e necessários para garantir o recebimento de seus créditos.
- 7.14. Persistindo a irregularidade, o contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada ao contratado a ampla defesa.
- 7.15. Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato, caso o contratado não regularize sua situação.



Prazo de pagamento

- 7.16. O pagamento será efetuado no prazo de até 10 (dez) dias úteis contados da finalização da liquidação da despesa, conforme seção anterior, nos termos da [Instrução Normativa SEGES/ME nº 77, de 2022](#).
- 7.17. No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos ao contratado serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento até a data de sua efetiva realização, mediante aplicação do índice *IPCA/IBGE* de correção monetária.

Forma de pagamento

- 7.18. O pagamento será realizado por meio de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado.
- 7.19. Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.
- 7.20. Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável.
- 7.20.1. Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, quando houver, serão retidos na fonte, quando da realização do pagamento, os percentuais estabelecidos na legislação vigente.
- 7.21. O contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da [Lei Complementar nº 123, de 2006](#), não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

8. FORMA E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

Forma de seleção e critério de julgamento da proposta

- 8.1. A seleção da agência de publicidade será realizada por meio de **licitação**, na modalidade **Concorrência**, conforme determina o art. 5º da Lei nº 12.232/2010 e Lei nº 14.133/2021.
- 8.2. O critério de julgamento será **TÉCNICA E PREÇO**, conforme Lei nº 12.232/2010, nos termos do art. 5º, §§ 1º e 2º da referida lei.
- 8.3. O edital adotará **padrão SECOM/PR**, conforme modelos vigentes, garantindo o atendimento aos critérios técnicos, criativos e de capacidade operacional exigidos pela legislação específica.

Proposta Técnica



8.4. A Proposta Técnica deverá ser apresentada em volume próprio, em meio físico e/ou digital, conforme definido no edital, contendo, no mínimo, os seguintes componentes:

a) **Plano de Comunicação**, elaborado a partir do briefing fornecido pelo órgão, contemplando:

- I. raciocínio básico da comunicação;
- II. estratégia de comunicação;
- III. ideia criativa;
- IV. estratégia de mídia;
- V. estratégia de não mídia;
- VI. indicadores de avaliação e monitoramento;

b) **Capacidade de atendimento e experiência da agência**, com apresentação de portfólio de campanhas institucionais e de utilidade pública, demonstrando:

- I. repertório técnico;
- II. soluções criativas e estratégias já aplicadas;
- III. resultados obtidos em contratos anteriores, quando possível;

c) **Equipe técnica**, com indicação dos profissionais-chave que atuarão no contrato, suas funções e qualificações, em conformidade com o exigido na qualificação técnica;

d) **Infraestrutura operacional e tecnológica disponível**, demonstrando capacidade de execução do ciclo publicitário, incluindo criação, produção, gestão de mídia e monitoramento de resultados;

e) Outros elementos que venham a ser definidos no edital, em consonância com o Estudo Técnico Preliminar.

Critérios e Subcritérios de Julgamento da Proposta Técnica

8.5. Critérios e Subcritérios de Julgamento da Proposta Técnica

8.5.1. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.5.1.1. A nota da Proposta Técnica será apurada atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos, no total de 100 (cem), distribuídos conforme descritos nos itens a seguir.

8.5.1.2. Raciocínio Básico: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

a) Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais da comunicação de utilidade pública da Prefeitura. – até 1,0 (um) ponto

b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pela Prefeitura em todas as áreas contempladas pelo edital. - até 2,0 (dois) pontos

c) Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura tanto em sua missão na construção de publicidades educativas, quanto no âmbito da linha de atuação em questão. - até 3,0 (três) pontos



d) Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação. - até 4,0 (quatro) pontos

8.5.1.3. Estratégia de Comunicação: máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação das campanhas institucional da Prefeitura e a(os) seus (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação; - até 5,0 (cinco) pontos

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos pela candidata e sua riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação institucional da Prefeitura com seus públicos; - até 5,0 (cinco) pontos

c) Desenvolvimento, adequação/pertinência e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, incluindo as determinações do Planejamento capazes de guiar as diretrizes criativas e de mídia da proposta; - até 6,0 (seis) pontos

d) a consistência lógica da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação, públicos e verba; - até 4,0 (quatro) pontos

8.5.1.4 Ideia Criativa: máximo de 21 (vinte e um) pontos, da seguinte forma:

a) Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha propostos em briefing: - até 6,0 (seis) pontos

b) Capacidade de síntese da estratégia de comunicação e manejo/adequação da linguagem, demonstrados em sua unidade criativa e qualidade técnica dos exemplos apresentados. – até 4,0 (quatro) pontos

c) Cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida. - até 4,0 (quatro) pontos

d) Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas. – até 7,0 (sete) pontos

8.5.1.5. Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 14 (quatorze) pontos, da seguinte forma:

a) Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação (psicográficos e sócio demográficos). – até 3,0 (três) pontos

b) Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, bem como da busca de fontes para embasar estes dados; - até 3,0 (três) pontos



c) Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa. – até 4,0 (quatro) pontos

d) Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, incluídas métricas e rentabilidades mensuráveis. – até 4,0 (quatro) pontos

8.5.1.6. Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

a) Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura. – até 4,0 (quatro) pontos

b) Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade (fluxo e normas), segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à Prefeitura na escolha de soluções alternativas. – até 6,0 (seis) pontos

c) A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura bem como a qualidade da definição técnica especificamente destes profissionais à disposição. – até 5,0 (cinco) pontos

8.5.1.7. Repertório: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

a) Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa; - até 4,0 (quatro) pontos

b) A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas; - até 2,0 (dois) pontos

c) Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação educativa e do setor público. - até 4,0 (quatro) pontos

8.5.1.8. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

a) A evidência de planejamento publicitário; - até 2 (dois) pontos

b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta; - até 2 (dois) pontos

c) A relevância dos resultados apresentados diante dos desafios; - até 3 (três) pontos

d) Na concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso. – até 3 (três) pontos.



8.5.2. DA ESCALA DE AVALIAÇÃO

8.5.2.1. Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos subitens anteriores serão considerados, como notas máximas, para efeito de atribuição das notas.

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

8.5.2.3. Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 05 (cinco) NÍVEIS DE NOTAS, de acordo com escala aqui proposta referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito:

1 Não abordado ou erroneamente abordado -0% da nota máxima

2 Insuficientemente abordado - 30% da nota máxima

3 Parcialmente abordado - 50% da nota máxima

4 Satisfatoriamente abordado - 70% da nota máxima

5 Totalmente abordado - 100% da nota máxima

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

8.5.3. CLASSIFICAÇÃO REFERÊNCIA DE AVALIAÇÃO

- f) Não abordado ou Erroneamente abordado - Quando a proposta não contempla e/ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto para ser avaliado, contendo grandes desvios e/ou erros grosseiros, e pouco compatíveis com o critério.
- g) Insuficientemente abordado - Quando a proposta contempla de forma insuficiente (claramente incompleta) os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto a ser avaliado, com pequenos e não relevantes desvios do solicitado.
- h) Parcialmente abordado - Quando a proposta contempla alguns aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.
- i) Satisfatoriamente abordado - Quando a proposta contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento, conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica.



- j) Totalmente abordado - Quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e, apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério.

8.5.3.1. A nota de cada quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e subquesitos da proposta técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os incisos IV, V e VI do § 4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

8.5.3.2. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima atribuída a cada candidata no quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das avaliações, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

8.5.4. DA DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

8.5.4.1. Será desclassificada a Proposta que:

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

8.5.5. DA ESCALA DE CLASSIFICAÇÃO TÉCNICA

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

Subcomissão Técnica

8.6. A avaliação da Proposta Técnica será realizada por **Subcomissão Técnica**, constituída especificamente para este fim, em conformidade com a Lei nº 12.232/2010, com as seguintes diretrizes:

- a) composição mínima de 3 (três) membros, com formação e experiência compatíveis com as áreas de comunicação, publicidade, marketing, jornalismo, design, mídias digitais ou correlatas;



b) observância das regras de impedimento e suspeição previstas na legislação aplicável;

c) atuação de forma independente, técnica e fundamentada, registrando em ata as justificativas das notas atribuídas;

d) as notas individuais atribuídas por cada membro serão compatibilizadas na forma definida no edital, por exemplo:

I. descarte de eventuais notas extremas, quando cabível;

II. uso da média aritmética simples ou ponderada;

III. arredondamento de casas decimais conforme regra previamente estabelecida.

8.7. O resultado da avaliação técnica, com a respectiva classificação, será divulgado com a indicação das notas por critério e da nota técnica final de cada licitante, garantido acesso aos fundamentos das pontuações atribuídas.

Proposta de Preço

Quando adotado o critério de técnica e preço, a Proposta de Preço deverá:

a) obedecer ao modelo de remuneração previsto na Lei nº 12.232/2010, contemplando:

I. honorários da agência;

II. percentuais relativos à intermediação de serviços especializados de terceiros;

III. regras aplicáveis à remuneração sobre mídia, observadas as tabelas oficiais dos veículos e os descontos legais;

b) ser apresentada em planilha própria, contendo:

I. percentuais de honorários propostos para os diferentes tipos de serviço;

II. limites máximos de remuneração da agência, quando houver;

III. demais elementos que o edital vier a exigir.

8.8. A nota de preço será calculada conforme fórmula definida no edital, respeitando-se os parâmetros legais e o modelo de remuneração da Lei nº 12.232/2010.

8.9. A nota final da licitante, quando adotado o critério de técnica e preço, será obtida a partir da combinação ponderada entre nota técnica (NT) e nota de preço (NP), por exemplo:

$$NF = (\square\% \times NT) + (\square\% \times NP),$$

sendo os pesos definidos no edital, em consonância com os §§ 1º e 2º do art. 5º da Lei nº 12.232/2010.

Forma de fornecimento



- 8.10. O fornecimento dos serviços será **continuado**, conforme cronograma e demandas apresentadas pelo órgão, tendo em vista a natureza contínua e intelectual da publicidade pública.
- 8.11. Poderão ser definidos **pedidos, ordens de serviço ou briefings** que especificarão cada campanha, peça ou ação a ser executada.
- 8.12. É vedada a entrega de peças, materiais ou serviços **sem prévia autorização formal** da Administração.

Exigências de habilitação

- 8.13. Para fins de habilitação, deverá o licitante comprovar os seguintes requisitos:

Habilitação jurídica

- 8.14. **Pessoa física:** cédula de identidade (RG) ou documento equivalente que, por força de lei, tenha validade para fins de identificação em todo o território nacional;
- 8.15. **Empresário individual:** inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;
- 8.16. Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal – SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;
- 8.17. **Sociedade empresária estrangeira:** portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme Instrução [Normativa DREI/ME n.º 77, de 18 de março de 2020](#).
- 8.18. **Sociedade simples:** inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;
- 8.19. **Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária:** inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz
- 8.20. Cópia da cédula de identidade dos sócios os responsáveis legais.
- 8.21. Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.
- 8.22. A licitante deverá comprovar que é agência de propaganda, conforme definição do art. 2º da Lei nº 4.680/1965, regulamentada pelo Decreto nº 57.690/1966.
- 8.23. A empresa deverá possuir Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento emitido pelo CENP, nos termos do art. 4º, §1º da Lei nº 12.232/2010.
- 8.24. Caso o certificado seja emitido por entidade equivalente, deverá anexar lei ou norma que reconheceu formalmente a entidade certificadora.
- 8.25. Ato constitutivo/estatuto social consolidado com todas as alterações vigentes.
- 8.26. Indicação de seus administradores.



Habilitação fiscal, social e trabalhista

- 8.27. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso;
- 8.28. Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.
- 8.29. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);
- 8.30. declaração de que não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7º, XXXIII, da Constituição;
- 8.31. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;
- 8.32. Prova de regularidade com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;
- 8.33. Prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;
- 8.34. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos Estadual ou Municipal relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.
- 8.35. O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

Qualificação Econômico-Financeira

- 8.36. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, caput, inciso II); Quando no texto da certidão a que se refere, excluir os processos do PJE, será obrigatória, também, a apresentação Certidão negativa de falência 1º e 2º Grau emitidas na forma da Instrução Normativa do TJPE nº 07 de 02/06/2014, na Resolução do CNJ nº 185 e na Lei 11.419/2006, ou de sua jurisdição, expedida pelo distribuidor da sede do licitante em processo judicial eletrônico;
- 8.37. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, comprovando;
 - 8.37.1. Índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);
 - 8.37.2. As empresas criadas no exercício financeiro da contratação direta deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura.



- 8.37.3. Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital - ECD ao Sped.
- 8.38. Caso a empresa interessada apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação capital mínimo OU patrimônio líquido mínimo de 10% do valor total estimado da parcela pertinente.
- 8.39. As empresas criadas no exercício financeiro da contratação direta deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).

Qualificação Técnica

- 8.40. Comprovação de aptidão para o fornecimento do objeto, por meio de atestado fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, declarando ter a empresa licitante fornecido objeto compatíveis e pertinentes em características, quantidades e prazos, com o objeto deste Edital, devendo o atestado conter, além do nome do atestante, seu endereço e telefone, ou qualquer outra forma de que o pregoeiro possa valer-se para manter contato com a empresa declarante.
- 8.41. Os atestados de capacidade técnica somente serão exigidos para parcelas de maior relevância ou valor mais significativo da licitação, ou seja, as que tenham valor igual ou superior a 4% (quatro por cento) do total estimado da contratação.
- 8.42. Com a finalidade de tornar objetivo o julgamento da documentação de qualificação técnica, considera(m)-se compatível(eis) o(s) documento(s) que expressamente certifique(m) que o licitante já forneceu pelo menos 10% das quantidades e prazos descritos na proposta de preço apresentada nessa licitação.
- 8.43. O licitante poderá apresentar quantos documentos julgar necessários para comprovar que já executou objeto similar ao da licitação;
- 8.44. A ausência de apresentação de documento de aptidão claro, legível e idôneo, conforme com este edital, tendo em vista as características do objeto, é motivo de inabilitação, mediante decisão motivada pela Comissão.
- 8.45. A licitante deverá apresentar Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento emitido pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão, válido e vigente, conforme art. 4º, §1º da Lei nº 12.232/2010. O certificado do CENP comprova:
- d) competência técnica para atuar como agência de propaganda;
 - e) observância às Normas-Padrão aplicáveis ao setor publicitário;
 - f) aderência a padrões profissionais exigidos para atendimento ao serviço público.
- 8.46. Na hipótese de apresentação de certificação equivalente, a empresa deverá anexar:
- c) cópia da lei ou norma que reconheceu a entidade certificadora como apta;
 - d) documento que valide sua equivalência técnica e regulatória.

Comprovação da Equipe Técnica

- 8.47. A licitante deverá comprovar que possui equipe própria, permanente ou vinculada por contrato profissional, constituída por profissionais qualificados.
- Documentos aceitos para comprovação:



- d) currículos assinados;
- e) registros profissionais (DRT, CRT, portfólios certificados ou comprovação de experiência);
- f) vínculos formais (CTPS, contratos de prestação de serviços ou declaração da agência).

9. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

9.1. O valor médio da contratação será nortado pela tabela SINAPRO. Deste modo, considerando os valores referenciais, serão oferecidos pelos licitantes o percentual de desconto sobre a referida tabela.

9.2. O valor estimado da contratação é de R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais).

10. DAS OBRIGAÇÕES

10.1. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE ([art. 92, X, XI e XIV](#))

- a) Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo Contratado, de acordo com o contrato e seus anexos;
- b) Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Termo de Referência;
- c) Notificar o Contratado, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto fornecido, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas;
- d) Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo Contratado;
- e) Efetuar o pagamento ao Contratado do valor correspondente ao fornecimento do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente Contrato e no Termo de Referência.
- f) Aplicar ao Contratado as sanções previstas na lei e neste Contrato;
- g) Cientificar o órgão de representação judicial para adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento de obrigações pelo Contratado;
- h) Explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste.
- i) A Administração terá o prazo de 1 mês, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.
- j) Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo contratado no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis.
- k) Notificar os emitentes das garantias quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais.
- l) A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pelo Contratado com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano



causado a terceiros em decorrência de ato do Contratado, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

10.2. **OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO ([art. 92, XIV, XVI e XVII](#))**

- a) O Contratado deve cumprir todas as obrigações constantes deste Contrato e em seus anexos, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto, observando, ainda, as obrigações a seguir dispostas:
- b) Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor ([Lei nº 8.078, de 1990](#));
- c) Comunicar ao contratante, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data da entrega, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação;
- d) Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal ou gestor do contrato ou autoridade superior ([art. 137, II, da Lei n.º 14.133, de 2021](#)) e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados;
- e) Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os bens nos quais se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados;
- f) Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo contratante, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida, o valor correspondente aos danos sofridos;
- g) Quando não for possível a verificação da regularidade online, o contratado deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, junto com a Nota Fiscal para fins de pagamento, os seguintes documentos: 1) prova de regularidade relativa à Seguridade Social; 2) certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União; 3) certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Estadual ou Distrital do domicílio ou sede do contratado; 4) Certidão de Regularidade do FGTS – CRF; e 5) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;
- h) Responsabilizar-se pelo cumprimento de todas as obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais, comerciais e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade ao contratante e não poderá onerar o objeto do contrato;
- i) Comunicar ao Fiscal do contrato, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique no local da execução do objeto contratual.
- j) Paralisar, por determinação do contratante, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros.
- k) Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições exigidas para habilitação na licitação;



- l) Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação ([art. 116, da Lei n.º 14.133, de 2021](#));
- m) Comprovar a reserva de cargos a que se refere a cláusula acima, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas ([art. 116, parágrafo único, da Lei n.º 14.133, de 2021](#));
- n) Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato;
- o) Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no [art. 124, II, d, da Lei nº 14.133, de 2021](#).
- p) Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas de segurança do contratante;
- q) Alocar os empregados necessários, com habilitação e conhecimento adequados, ao perfeito cumprimento das cláusulas deste contrato, fornecendo os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios demandados, cuja quantidade, qualidade e tecnologia deverão atender às recomendações de boa técnica e a legislação de regência;
- r) Orientar e treinar seus empregados sobre os deveres previstos na Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, adotando medidas eficazes para proteção de dados pessoais a que tenha acesso por força da execução deste contrato;
- s) Conduzir os trabalhos com estrita observância às normas da legislação pertinente, cumprindo as determinações dos Poderes Públicos, mantendo sempre limpo o local de execução do objeto e nas melhores condições de segurança, higiene e disciplina.
- t) Submeter previamente, por escrito, ao contratante, para análise e aprovação, quaisquer mudanças nos métodos executivos que fujam às especificações do memorial descritivo ou instrumento congênere.
- u) Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezesesseis anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos, nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre.

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

11.1. Comete infração administrativa, nos termos da [Lei nº 14.133, de 2021](#), o contratado que:

der causa à inexecução parcial do contrato;

der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

der causa à inexecução total do contrato;



ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;

apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;

praticar ato fraudulento na execução do contrato;

comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

praticar ato lesivo previsto no [art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013](#).

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

- i. **Advertência**, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave ([art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021](#));
 - ii. **Impedimento de licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave ([art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021](#));
 - iii. **Declaração de inidoneidade para licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave ([art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021](#)).
- iv. **Multa:**

1. Moratória de 1% (um por cento) diário até o limite de 10% (dez por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida;
2. Moratória de 1% (um por cento) diário até o limite de 10% (dez por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor total do contrato, pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.
 - i. O atraso superior a 30 dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.
3. Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas “e” a “h” do subitem 11.1, de 5% a 10% do valor do Contrato.
4. Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea “c” do subitem 11.1, de 5% a 10% do valor do Contrato.
5. Para infração descrita na alínea “b” do subitem 11.1, a multa será de 10% a 15% do valor do Contrato.
6. Para infrações descritas na alínea “d” do subitem 11.1, a multa será de 1% a 5% do valor do Contrato.
7. Para a infração descrita na alínea “a” do subitem 11.1 a multa será de 1% a 5% do valor do Contrato.



- 11.3. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante ([art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021](#))
- 11.3.1. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa ([art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021](#)).
- 11.3.2. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação ([art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021](#))
- 11.3.3. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente ([art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021](#)).
- 11.3.4. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 30(trinta) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.
- 11.4. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no **caput** e parágrafos do [art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021](#), para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.
- 11.5. Na aplicação das sanções serão considerados ([art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021](#)):
- a natureza e a gravidade da infração cometida;
 - as peculiaridades do caso concreto;
 - as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
 - os danos que dela provierem para o Contratante;
 - a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.
- 11.6. Os atos previstos como infrações administrativas na [Lei nº 14.133, de 2021](#), ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na [Lei nº 12.846, de 2013](#), serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei ([art. 159](#)).
- 11.7. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia ([art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021](#)).



- 11.8. O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. ([Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021](#)).
- 11.9. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do [art. 163 da Lei nº 14.133/21](#).
- 11.10. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante, na forma da Instrução [Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022](#).

12. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 11.11. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento.
- 11.12. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

Unidade gestora: 1 - Prefeitura Municipal do Bom Jardim
Órgão orçamentário: 11000 - SECRETARIA DE GOVERNO
Unidade orçamentária: 11001 - SECRETARIA DE GOVERNO
Função: 4 - Administração
Subfunção: 131 - Comunicação Social
Programa: 402 - DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL
Ação: 2.93 - DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL DA ADMINISTRAÇÃO
Despesa 1716 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 1 - MSC - 1.501.000 - Recursos Próprios. - 1.501.0000

Unidade gestora: 2 - Fundo Municipal de Saúde do Bom Jardim
Órgão orçamentário: 12000 - FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE
Unidade orçamentária: 12001 - FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE
Função: 10 - Saúde
Subfunção: 122 - Administração Geral
Programa: 1001 - GESTÃO DO FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE
Ação: 2.10 - GESTÃO ADMINISTRATIVA DO FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE
Despesa 1308 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 3 - MSC - 1.500.1002 - Impostos e Transferências Saúde 15% - STN - 1.500.1002 - 1.5
Despesa 1309 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 201 - MSC - 1.600.0000 - (CUSTEIO) Recursos do SUS do Bloco de Manutenção das Ações
Ação: 2.13 - DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE
Despesa 1349 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 3 - MSC - 1.500.1002 - Impostos e Transferências Saúde 15% - STN - 1.500.1002 - 1.5
Subfunção: 301 - Atenção Básica
Programa: 1002 - ATENÇÃO PRIMÁRIA A SAÚDE DA POPULAÇÃO
Ação: 2.15 - MANUTENÇÃO DAS AÇÕES DE ATENÇÃO PRIMÁRIA
Despesa 2603 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 3 - MSC - 1.500.1002 - Impostos e Transferências Saúde 15% - STN - 1.500.1002 - 1.5
Despesa 2604 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 201 - MSC - 1.600.0000 - (CUSTEIO) Recursos do SUS do Bloco de Manutenção das Ações
Despesa 2605 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 600 - MSC - 1.600.3110 Recursos do SUS do Bloco de Manutenção das Ações e Serviços
Subfunção: 302 - Assistência Hospitalar e Ambulatorial
Programa: 1003 - ATENÇÃO ESPECIALIZADA À SAÚDE DA POPULAÇÃO
Ação: 2.22 - MANUTENÇÃO E QUALIFICAÇÃO DA REDE ESPECIALIZADA DE SAÚDE
Despesa 1813 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 3 - MSC - 1.500.1002 - Impostos e Transferências Saúde 15% - STN - 1.500.1002 - 1.5



Despesa 1814 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso:201 - MSC - 1.600.0000 - (CUSTEIO) Recursos do SUS do Bloco de Manutenção das Ações e Serviços
Despesa 2790 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso:600 - MSC - 1.600.3110 Recursos do SUS do Bloco de Manutenção das Ações e Serviços

Unidade gestora: 3 - Fundo Municipal de Assistência Social do Bom Jardim
Órgão orçamentário: 13000 - SECRETARIA MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL, FAMÍLIA E COMBATE A FOME
Unidade orçamentária: 13001 - SECRETARIA MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL, FAMÍLIA E COMBATE A FOME
Função: 8 - Assistência Social

Subfunção: 122 - Administração Geral

Programa: 801 - GESTÃO DO FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL

Ação: 2.130 - GESTÃO ADMINISTRATIVA DA SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL

Despesa 1740 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso:302 - Recursos Próprios Assistência Social - STN - 1.501.0000 - 1.501.0000

Subfunção: 243 - Assistência à Criança e ao Adolescente

Programa: 802 - PROGRAMA DE PROTEÇÃO SOCIAL BÁSICA

Ação: 2.138 - MANUTENÇÃO DO SERVIÇO DE CONVIVÊNCIA E FORTALECIMENTO DE VÍNCULOS

Despesa 1781 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso:301 - MSC - 1.660.0000 - Recursos Transferidos pelo FNAS. - 1.660.0000

Programa: 805 - PRIMEIRA INFÂNCIA NO SUAS

Ação: 2.8 - MANUTENÇÃO DO PROGRAMA CRIANÇA FELIZ

Despesa 1828 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso:302 - MSC - 1.660.0000 - Recursos Transferidos pelo FNAS. - 1.660.0000

Programa: 809 - CONSELHOS E CONTROLE SOCIAL

Ação: 2.137 - MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DO CONSELHO TUTELAR E CONSELHOS DE ASSISTÊNCIA SOCIAL

Despesa 1760 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso:302 - Recursos Próprios Assistência Social - STN - 1.501.0000 - 1.501.0000

Subfunção: 244 - Assistência Comunitária

Programa: 803 - PROTEÇÃO SOCIAL ESPECIAL DE MÉDIA COMPLEXIDADE

Ação: 2.144 - MANUTENÇÃO DO SERVIÇO DE PROTEÇÃO E ATENDIMENTO ESPECIALIZADO A FAMÍLIA E INDIVÍDUOS-PAEFI/CREAS

Despesa 1936 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso:301 - MSC - 1.660.0000 - Recursos Transferidos pelo FNAS. - 1.660.0000

Despesa 1937 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso:30 - MSC - 1.661.0000 - FEAS - Fundo Estadual de Assistência Social - 1.661.0000

Programa: 804 - GESTÃO DO SUAS

Ação: 2.120 - MANUTENÇÃO DO ÍNDICE DE GESTÃO DESCENTRALIZADA DO SUAS (IGD-SUAS)

Despesa 2128 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso:301 - MSC - 1.660.0000 - Recursos Transferidos pelo FNAS. - 1.660.0000

Ação: 2.146 - MANUTENÇÃO DAS AÇÕES DO IGDBF

Despesa 1979 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso:301 - MSC - 1.660.0000 - Recursos Transferidos pelo FNAS. - 1.660.0000

Programa: 807 - SEGURANÇA ALIMENTAR

Ação: 2.190 - MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DA COZINHA COMUNITÁRIA

Despesa 2482 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso:30 - MSC - 1.661.0000 - FEAS - Fundo Estadual de Assistência Social - 1.661.0000

Unidade gestora: 4 - Fundo Municipal de Educação de Bom Jardim

Órgão orçamentário: 17000 - FUNDO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO DE BOM JARDIM

Unidade orçamentária: 17001 - SECRETARIA DE EDUCAÇÃO, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Função: 12 - Educação

Subfunção: 361 - Ensino Fundamental

Programa: 1210 - GESTÃO DAS ATIVIDADES-MEIO DA EDUCAÇÃO BÁSICA

Ação: 2.102 - MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DO FUNDO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO

Despesa 1343 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica

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

Bom Jardim/PE, 16 de dezembro de 2025.



João Francisco da Silva Neto
Prefeito

Célio de Andradre Borges Filho
Secretário De Desenvolvimento Econômico, Empreendedorismo, Cultura, Turismo e
Lazer
Matrícula nº 997562

Danielly Monteiro de Moraes Batista
Secretária de Educação, Ciência, Tecnologia e Inovação
Matrícula nº 997565

Gabriele Silva Fernandes de Souza
Secretária de Finanças
Matrícula nº 997555

João Écio Fonseca de Arruda
Secretário de Agricultura, Pecuária e Meio Ambiente
Matrícula nº 997560

Josevaldo José de Santana
Secretário de Administração
Matrícula nº 997558

Maria Rosemaura de Aguiar
Secretária de Assistência Social e Combate à Fome
Matrícula nº 999147

Mayr Gustavo de Oliveira
Secretário de Obras, Transportes e Serviços Públicos
Matrícula nº 997561

Sebastião Rufino Ribeiro Filho
Secretário de Esportes e Juventude
Matrícula nº 997563

Severino Aguinildo de Lima
Secretário de Saúde
Matrícula nº 992861



Anexo A - BRIEFING



MUNICÍPIO DE BOM JARDIM/PE

1. CONTEXTO GERAL E HISTÓRICO DO CONTRATANTE

1.1. A comunicação pública desempenha papel estratégico na Administração Pública, constituindo instrumento essencial para garantir o cumprimento do princípio da publicidade previsto no artigo 37, caput, da Constituição Federal de 1988, bem como assegurar o dever de transparência ativa estabelecido na Lei nº 12.527/2011 (Lei de Acesso à Informação). No âmbito das contratações de serviços de publicidade, aplicam-se ainda as disposições da Lei nº 12.232/2010, que disciplina a divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, exigindo observância aos princípios da impessoalidade, moralidade, economicidade e finalidade pública.

A Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE, por meio de suas Secretarias e Fundos Municipais vinculados, atua como agente executor das políticas públicas locais nas áreas de saúde, educação, assistência social, infraestrutura, cultura e demais setores, buscando promover o desenvolvimento social, a melhoria da qualidade de vida da população e o fortalecimento da cidadania. A missão institucional do Município está orientada para a prestação de serviços públicos com qualidade, eficiência e transparência, assegurando o acesso a direitos básicos, a inclusão social e a participação da comunidade nas ações governamentais.

A visão de futuro da gestão municipal consiste em consolidar Bom Jardim/PE como um município referência em gestão pública responsável, transparente e participativa, com políticas integradas e orientadas à redução das desigualdades, à promoção da saúde, da educação e da assistência social, e à valorização do patrimônio humano e cultural local. Nesse contexto, a comunicação institucional é compreendida como ferramenta estratégica para apoiar o planejamento, a execução e o monitoramento das políticas públicas, ampliando o alcance das informações oficiais e favorecendo o controle social.

A ação de comunicação ora planejada insere-se nesse contexto, fundamentando-se também no artigo 5º da Lei nº 14.133/2021, que destaca o princípio da motivação e o dever de justificar o interesse público envolvido em cada contratação, bem como no artigo 11 do mesmo diploma, que exige planejamento prévio, estudos técnicos e demonstração da necessidade. Assim, a contratação de serviços de publicidade tem por finalidade estruturar campanhas institucionais de caráter educativo, informativo e de orientação social, capazes de dialogar com as especificidades do Município de Bom Jardim/PE e de fortalecer a transparência e a efetividade da gestão pública.

2. PERFIL E CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO DA COMUNICAÇÃO

2.1. A campanha “Campanha de Combate à Dengue, Zika e Chikungunya” será desenvolvida no contexto do Município de Bom Jardim/PE, considerando sua realidade territorial, social e cultural, conforme determina o artigo 3º, §1º da Lei nº 12.232/2010. Trata-se de campanha institucional de caráter educativo, informativo e preventivo, direcionada ao enfrentamento das doenças transmitidas pelo mosquito *Aedes aegypti*, cuja incidência no município tende a aumentar em períodos chuvosos, gerando sobrecarga nos serviços públicos de saúde e elevando o risco sanitário da população.

O território apresenta os seguintes elementos estruturantes:

- Características demográficas e sociais: A população distribuída entre áreas urbanas e rurais, com forte presença comunitária, significativa parcela de adolescentes e adultos, perfis centrais para ações de engajamento, além de contexto marcado por hábitos domésticos que influenciam diretamente na formação ou eliminação de criadouros do mosquito.
- Indicadores socioeconômicos relevantes: Recorrência de vulnerabilidades sociais que impactam o acesso à informação, limitações estruturais de saneamento básico em determinadas localidades e necessidade de



fortalecimento de práticas preventivas. A maior parte dos casos registrados decorre de acúmulo de água parada em residências, quintais e ambientes comunitários, o que evidencia a centralidade da participação cidadã nas ações de controle.

- Aspectos culturais, comportamentais e midiáticos que influenciam a recepção da mensagem: Alto consumo de mídias digitais entre jovens, forte presença de hábitos de comunicação comunitária em escolas e unidades de saúde, além da importância de rádios e influenciadores locais na amplificação de mensagens de utilidade pública. Observa-se, ainda, a necessidade de linguagem objetiva, clara e visualmente acessível para ampliar a compreensão sobre medidas simples de prevenção.

O cenário-base evidencia desafios estruturais enfrentados pela gestão pública, tais como resistência comportamental a práticas preventivas, naturalização dos riscos associados ao *Aedes aegypti*, desinformação sobre sintomas e consequências das doenças e ausência de adesão contínua às condutas recomendadas. Nesse contexto, torna-se indispensável o planejamento detalhado previsto no artigo 11 da Lei nº 14.133/2021, garantindo que a campanha seja construída de forma consistente, eficaz e alinhada ao interesse público, fortalecendo a capacidade do Município de sensibilizar, educar e mobilizar a população para eliminar criadouros e prevenir novos casos.

3. DESAFIO E PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

3.1. Problema Central de Comunicação:

O problema central de comunicação a ser enfrentado pela “Campanha de Combate à Dengue, Zika e Chikungunya” consiste na insuficiente sensibilização e mobilização da população de Bom Jardim/PE para a adoção contínua de práticas de prevenção ao *Aedes aegypti*, apesar da existência de informações básicas sobre a temática.

Em síntese, verifica-se:

- a) baixa percepção do risco real das doenças e de suas possíveis complicações, inclusive óbito no caso da Dengue;
- b) naturalização da presença de criadouros em ambientes domésticos e comunitários, com tratamento do problema como algo pontual e sazonal;
- c) ausência de engajamento consistente de adolescentes e adultos em ações simples, porém fundamentais, como eliminar água parada, cobrir reservatórios, manter quintais limpos e descartar corretamente recipientes que acumulem água.

Assim, o desafio comunicacional está em transformar o conhecimento superficial sobre o mosquito e as doenças em mudança efetiva de comportamento, fazendo com que a população compreenda a gravidade do problema e passe a agir de forma responsável, permanente e coletiva.

3.2. Barreiras a Serem Superadas:

A campanha deve identificar e enfrentar um conjunto de barreiras de natureza cultural, social, educacional, tecnológica e comportamental que dificultam a compreensão e a adesão às mensagens de prevenção, entre as quais se destacam:

- a) Desinformação e banalização do risco: percepção equivocada de que Dengue, Zika e Chikungunya são doenças passageiras ou de baixa gravidade, o que reduz o senso de urgência e a disposição para mudar hábitos;
- b) Hábitos domésticos enraizados: manutenção de recipientes com água parada em quintais, calhas, vasos de plantas, reservatórios descobertos, pneus e garrafas, muitas vezes vistos como algo “normal” na rotina familiar;
- c) Vulnerabilidades socioeconômicas: limitações de infraestrutura e saneamento em determinadas áreas, acúmulo de resíduos e dificuldade de acesso a orientações presenciais contínuas;
- d) Barreiras educacionais e comunicacionais: níveis distintos de escolaridade e letramento, que exigem linguagem simples, exemplos concretos e recursos visuais para que a mensagem seja plenamente compreendida;
- e) Ruídos informacionais: circulação de informações fragmentadas ou contraditórias em redes sociais e canais informais, que competem com as mensagens oficiais e podem desacreditar orientações técnicas.

A superação dessas barreiras é fundamental para garantir o direito à informação, previsto no artigo 5º, inciso XIV da Constituição Federal, e para assegurar que a mensagem da Administração Pública seja clara, acessível e inclusiva, em consonância com as diretrizes de simplificação, linguagem cidadã e atendimento ao usuário estabelecidas pelo Decreto nº 9.094/2017.

3.3. Ações ou Mudanças Desejadas:



A campanha pretende induzir um conjunto de mudanças de comportamento, atitudes e percepções junto ao público-alvo, em especial adolescentes e adultos residentes no Município de Bom Jardim/PE, dentre as quais se destacam:

- a) Elevar o nível de conhecimento da população sobre as formas de transmissão, sintomas, riscos e possíveis complicações da Dengue, Zika e Chikungunya, reforçando que algumas delas não possuem vacina e que a prevenção é a principal forma de proteção;
- b) Incorporar práticas preventivas na rotina doméstica e comunitária, como inspecionar regularmente quintais e áreas externas, eliminar qualquer foco de água parada, manter caixas d'água bem vedadas, acondicionar e descartar corretamente resíduos que possam acumular água e comunicar a presença de focos aos serviços de saúde e vigilância;
- c) Fortalecer o senso de responsabilidade coletiva, fazendo com que moradores, famílias, escolas, unidades de saúde, comerciantes e lideranças locais compreendam que o controle do *Aedes aegypti* não depende apenas do poder público, mas da colaboração ativa e contínua de toda a comunidade;
- d) Estimular o engajamento em ações educativas e mobilizadoras, tais como campanhas nas redes sociais, participação em atividades comunitárias, compartilhamento de conteúdo oficial, multiplicação de orientações entre familiares, vizinhos e colegas de escola ou trabalho;
- e) Consolidar a preferência por canais oficiais de informação, incentivando a população a acompanhar e replicar as mensagens da Prefeitura, da Secretaria Municipal de Saúde e de outros órgãos oficiais, reduzindo o impacto de boatos e desinformações.

Dessa forma, a campanha busca induzir uma mudança de comportamento consistente com a função educativa e mobilizadora da comunicação pública, prevista no artigo 2º, inciso II da Lei nº 12.232/2010, contribuindo para a redução de casos das doenças, o alívio da pressão sobre a rede de saúde e a proteção da vida e da saúde da população de Bom Jardim/PE.

4. TEMA E CONCEITO CENTRAL DA CAMPANHA

4.1. Título ou Mote da Campanha:

O título e mote orientador da campanha será: “Sem água parada, sem mosquito. Proteja sua família!”

Essa frase central, já definida no briefing específico, sintetiza de forma clara, objetiva e de fácil memorização a relação direta entre o comportamento cotidiano da população e a prevenção das doenças transmitidas pelo *Aedes aegypti*. O mote orientará toda a identidade visual, textual e audiovisual da campanha, reforçando seu caráter educativo, informativo e de orientação social, em estrita conformidade com o artigo 37, §1º da Constituição Federal, que veda qualquer forma de promoção pessoal e determina que a publicidade governamental tenha finalidade exclusivamente pública.

4.2. Escopo e Justificativa Temática:

A campanha tem como escopo principal a divulgação de informações essenciais sobre a prevenção da Dengue, Zika e Chikungunya, doenças cujo crescimento representa ameaça recorrente à saúde da população de Bom Jardim/PE. O conteúdo a ser trabalhado deve abordar:

- a) a relação direta entre água parada e proliferação do mosquito;
- b) sintomas, sinais de alerta e riscos associados às doenças;
- c) medidas preventivas simples, acessíveis e rotineiras que podem ser adotadas por todos os moradores;
- d) a importância do engajamento coletivo no combate ao mosquito;
- e) o papel das famílias, escolas, unidades de saúde e comunidades na multiplicação das orientações.

A relevância da campanha decorre do aumento sazonal dos casos, da necessidade de reduzir a pressão sobre a rede municipal de saúde e da urgência de fortalecer a responsabilidade compartilhada. Os eixos centrais a serem reforçados incluem prevenção, participação social, responsabilidade comunitária, proteção à saúde, direito à informação e cidadania ativa, todos alinhados à função educativa e mobilizadora da comunicação pública.

4.3. Tom e Linguagem da Comunicação:

O tom da campanha será predominantemente educativo, preventivo e mobilizador, buscando esclarecer, engajar e incentivar a adoção imediata de atitudes que previnam o surgimento de criadouros do *Aedes aegypti*. A linguagem deverá ser:

- clara e objetiva, permitindo compreensão imediata por públicos com diferentes níveis de escolaridade;
- acessível e inclusiva, com uso de frases curtas, visuais ilustrativos e termos de fácil assimilação;



- mobilizadora, incentivando ação direta e senso de responsabilidade coletiva;
- adequada aos perfis do público, considerando adolescentes altamente conectados às mídias digitais e adultos responsáveis pelo cuidado dos lares.⁷

A comunicação deverá observar integralmente as diretrizes da SECOM/PR, incluindo linguagem cidadã, acessibilidade textual e visual, legendagem, Libras e audiodescrição, garantindo respeito aos direitos fundamentais e ampliando o alcance da campanha em todas as comunidades do município.

5. PÚBLICO-ALVO

Em conformidade com o artigo 7º da Lei nº 12.232/2010, que exige contextualização adequada do público, definem-se:

5.1. Público Primário: Público primário da campanha é composto por adolescentes e adultos residentes no Município de Bom Jardim/PE, por serem os grupos com maior capacidade de impactar diretamente as práticas domésticas e comunitárias que favorecem ou previnem a proliferação do *Aedes aegypti*. Este público apresenta as seguintes características:

- Faixa etária: adolescentes entre 12 e 18 anos e adultos entre 19 e 55 anos;
- Gênero: abrangência ampla, contemplando toda a população, independentemente de gênero;
- Localização territorial: moradores de áreas urbanas e rurais do município, incluindo comunidades com histórico de maior incidência de criadouros;
- Hábitos e valores: adolescentes altamente conectados às redes sociais e canais digitais; adultos com hábitos relacionados ao cuidado doméstico e comunitário;
- Nível de escolaridade: variado, incluindo grupos com letramento básico que demandam linguagem simples e recursos visuais;
- Acesso a meios de comunicação: forte presença nas mídias sociais, acesso difuso a rádio comunitária, televisão aberta e informações compartilhadas no ambiente comunitário.

Este grupo é fundamental por possuir papel direto na eliminação de criadouros, zelo de espaços domésticos e circulação intensa em ambientes onde práticas preventivas devem ser reforçadas.

5.2. Público Secundário e Multiplicadores: O público secundário e os multiplicadores desempenham papel essencial na difusão da mensagem e no reforço das condutas preventivas. Incluem-se:

- Famílias e cuidadores, responsáveis por práticas rotineiras em domicílios;
- Profissionais de saúde, especialmente equipes da Atenção Básica, agentes comunitários e vigilância epidemiológica;
- Gestores e educadores das escolas, que atuam diretamente com adolescentes e podem promover ações pedagógicas;
- Lideranças comunitárias, representantes religiosos, presidentes de associações e influenciadores locais que ampliam o alcance da mensagem;
- Comerciantes e trabalhadores de estabelecimentos de grande circulação, que podem colaborar com a disseminação de informações e boas práticas;
- Organizações da sociedade civil e coletivos comunitários, que atuam na promoção da saúde e do bem-estar social.

A atuação desses grupos fortalece a capacidade da campanha de alcançar públicos diversos, assegurando capilaridade e multiplicação espontânea da mensagem.

5.3. Segmentação Necessária: Para garantir eficiência e adequação da comunicação, as seguintes segmentações serão consideradas:

- Faixa etária: conteúdos específicos para adolescentes (linguagem dinâmica, formatos digitais) e adultos (mensagens práticas sobre prevenção doméstica);
- Territórios prioritários: comunidades com histórico de maior incidência de casos ou com vulnerabilidades socioambientais, incluindo áreas com saneamento precário;
- Conectividade digital: estratégias diferenciadas para públicos com maior uso de redes sociais e para moradores de regiões com baixa conectividade, onde rádios, carro de som e ações presenciais têm maior eficácia;
- Hábitos de consumo de mídia: priorização de redes sociais para adolescentes; rádio e TV aberta para



adultos; comunicação comunitária para áreas rurais;
• Níveis de letramento: utilização de linguagem simples, elementos visuais, ilustrações educativas e materiais acessíveis;

• Necessidades especiais de comunicação: adoção de recursos de acessibilidade, como Libras, audiodescrição, legendagem e contraste visual adequado, conforme normas de acessibilidade aplicáveis.

Essa segmentação atende ao artigo 3º da Lei nº 12.232/2010, assegurando que a campanha seja eficiente, adequada ao perfil da população e capaz de promover compreensão ampla e engajamento efetivo.

6. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

6.1. Objetivo Geral: Promover, de maneira institucional, educativa e de utilidade pública, a conscientização, orientação e mobilização da população do Município de Bom Jardim/PE sobre a prevenção e o combate à Dengue, Zika e Chikungunya, estimulando a eliminação de criadouros do mosquito *Aedes aegypti* e fortalecendo o senso de responsabilidade coletiva. O objetivo geral atende ao dever constitucional de publicidade e transparência, assegurando que informações essenciais à saúde pública alcancem toda a comunidade e contribuam para a redução dos riscos epidemiológicos.

6.2. Objetivos Específicos: Atendidos os princípios da eficiência e da finalidade pública (art. 37 da CF/88 e art. 5º da Lei nº 14.133/2021), pretende-se:

- Esclarecer a população sobre os riscos das doenças transmitidas pelo *Aedes aegypti*, seus sintomas, sinais de alerta e possíveis complicações;
- Orientar sobre as medidas preventivas simples e eficazes que devem ser adotadas diariamente, como eliminar água parada, higienizar recipientes, vedar caixas d'água e manter quintais organizados;
- Mobilizar adolescentes, adultos, famílias, lideranças e comunidades para práticas coletivas de prevenção, reforçando a importância da colaboração contínua no cuidado com o ambiente doméstico e comunitário;
- Incentivar o engajamento ativo nos canais oficiais de informação da Prefeitura e da Secretaria Municipal de Saúde, combatendo a desinformação e valorizando orientações técnicas;
- Aprimorar o nível de conhecimento sobre os impactos sociais e sanitários das doenças, gerando mudança de comportamento permanente e redução da incidência de criadouros;
- Estimular ações comunitárias, escolares e institucionais que fortaleçam a multiplicação espontânea da mensagem e promovam cultura de prevenção no município;
- Reforçar o entendimento de que a prevenção não depende apenas do poder público, mas da ação coordenada de toda a população, consolidando práticas cotidianas de vigilância e cuidado coletivo.

Esses objetivos compõem o eixo estratégico da campanha, garantindo coerência entre finalidade educativa, impacto social desejado e eficácia comunicacional.

7. VERBA REFERENCIAL

7.1. A verba referencial definida para a campanha simulada é de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), valor destinado à criação, produção, veiculação e execução de ações interativas relacionadas à “Campanha de Combate à Dengue, Zika e Chikungunya”, conforme previsto no briefing técnico elaborado pelo Município de Bom Jardim/PE.

7.2. A determinação do valor atende ao artigo 23 da Lei nº 12.232/2010, que trata da previsão orçamentária em contratos de publicidade.

7.3. A campanha será veiculada na praça do Município de Bom Jardim/PE, abrangendo todo o território municipal, incluindo zonas urbanas, áreas rurais, comunidades periféricas e regiões com maior incidência de criadouros do *Aedes aegypti*. A veiculação será orientada por critérios de alcance, acessibilidade e regionalização, de forma a garantir que toda a população-alvo receba a mensagem preventiva e educativa em consonância com os objetivos comunicacionais definidos.

8. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E REQUISITOS TÉCNICOS

Em conformidade com o artigo 7º da Lei nº 12.232/2010, a agência contratada deverá apresentar plano de mídia completo, detalhado e tecnicamente fundamentado, contemplando estratégias integradas e adequadas ao público-alvo da “Campanha de Combate à Dengue, Zika e Chikungunya” do Município de Bom Jardim/PE. O plano deve garantir coerência entre os meios selecionados, eficiência comunicacional e efetividade do investimento público:

8.1. Estratégia Multiplataforma:



8.1.1. Estratégia de Mídia: O plano de mídia deverá ser estruturado de forma integrada, contemplando múltiplos canais, formatos e ambientes de veiculação, garantindo coerência entre mídias tradicionais, digitais e ações comunitárias presenciais. A estratégia deve assegurar:

- amplo alcance territorial;
- forte impacto visual e educativo;
- rapidez na disseminação da mensagem;
- estímulo ao engajamento e à mobilização social.

A combinação de canais deverá considerar o consumo de mídia por adolescentes e adultos, grupos prioritários para o combate ao Aedes aegypti, incluindo plataformas digitais de rápida circulação e meios tradicionais com forte penetração local.

8.1.2. Canais Mandatórios: A campanha deverá contemplar, no mínimo, os seguintes canais e formatos:

- a) Mídia Digital
 - Redes sociais: Instagram, Facebook, TikTok e YouTube, com produção de vídeos curtos, reels, stories e postagens educativas;
 - Mídia paga: Meta Ads e Google Ads, com segmentação geográfica específica para Bom Jardim/PE;
 - influenciadores e lideranças digitais locais, quando cabível, com foco na amplificação da mensagem.
- b) TV e Rádio locais;
 - Spots de 30s e 60s para rádios locais;
 - Comerciais de 15s e 30s para plataformas televisivas e ambientes de streaming.
- c) Publicidade Externa
 - Outdoors e busdoors em pontos de grande circulação;
 - Cartazes, painéis e banners em escolas, unidades de saúde, comércio local e repartições públicas.
- d) Ações Comunitárias e Institucionais
 - Blitz educativas, palestras e oficinas em bairros, escolas e unidades de saúde;
 - Materiais impressos ecológicos (panfletos e cartilhas) com informações preventivas.

A agência poderá sugerir meios complementares desde que tecnicamente justificados e alinhados aos objetivos da campanha.

8.1.3. Requisitos de Acessibilidade: Todas as peças e conteúdos deverão atender integralmente ao Decreto nº 5.296/2004 e à Lei Brasileira de Inclusão (Lei nº 13.146/2015), garantindo acessibilidade comunicacional às pessoas com deficiência. Assim, as peças publicitárias deverão conter:

- Legendagem em vídeos e peças audiovisuais;
- Janela de Libras nas produções audiovisuais;
- Audiodescrição para vídeos institucionais;
- Linguagem simples, evitando termos técnicos, garantindo compreensão por público com diferentes níveis de letramento;
- Contraste visual adequado, tipografia acessível e versões alternativas quando necessário.

A acessibilidade é requisito obrigatório e deverá ser considerada desde a concepção das peças até a entrega final, assegurando inclusão informacional e cumprimento das normas legais vigentes.

8.2. Uso Eficiente da Verba: O plano de mídia deve demonstrar, de maneira clara e fundamentada, a utilização eficiente, proporcional e estratégica da verba pública destinada à campanha, priorizando:

- canais com maior custo-benefício;
- formatos de veiculação com maior alcance e engajamento;
- ações com impacto direto na mobilização comunitária;
- racionalização de recursos, evitando dispersão orçamentária;
- integração entre meios para maximizar resultados comunicacionais.

Em conformidade com o artigo 5º da Lei nº 14.133/2021, a estratégia deve observar os princípios da eficiência, economicidade e proporcionalidade, garantindo que os recursos públicos sejam aplicados de forma responsável, transparente e orientada à finalidade pública da campanha.



9. ENTREGÁVEIS E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

9.1. Entregáveis Obrigatórios: A agência contratada deverá apresentar, no mínimo, um conjunto de entregáveis que assegure a efetividade da campanha “Combate à Dengue, Zika e Chikungunya”, contemplando todas as etapas essenciais da concepção, criação, produção e planejamento de mídia. Em conformidade com o artigo 7º da Lei nº 12.232/2010, deverão ser entregues:

- Conceituação estratégica, apresentando a linha de comunicação, os fundamentos criativos e a lógica da construção da campanha de prevenção;
- Layouts, artes e peças simuladas para os diferentes meios previstos (mídias digitais, impressas, externas, televisivas e institucionais);
- Roteiros de peças audiovisuais, incluindo vídeos institucionais, materiais educativos, comerciais e spots de rádio;
- Textos publicitários para todas as aplicações necessárias, com linguagem clara, acessível e alinhada ao mote da campanha;
- Plano de mídia detalhado, especificando meios, justificativas técnicas, estimativas de alcance, segmentações e estratégias de veiculação;
- Estimativa de custos, discriminando criação, produção, veiculação e demais componentes necessários à execução da campanha.

Esses entregáveis permitirão avaliar a capacidade técnica, criativa e estratégica da agência, bem como sua aderência às necessidades de comunicação do Município de Bom Jardim/PE.

9.2. Critérios de Avaliação: As propostas das licitantes serão avaliadas considerando sua qualidade técnica e sua compatibilidade com as exigências do briefing, conforme critérios estabelecidos neste documento e na legislação aplicável. A avaliação observará:

- Aderência ao briefing, verificando se a proposta responde adequadamente ao objetivo comunicacional e ao contexto epidemiológico do município;
- Criatividade, considerando a originalidade das soluções e a capacidade de gerar impacto e engajamento;
- Inovação, analisando o uso de abordagens modernas, formatos contemporâneos e estratégias de mídia atualizadas;
- Qualidade técnica, avaliando clareza, precisão, estética e viabilidade das peças simuladas;
- Estratégia multiplataforma, verificando a coerência entre canais tradicionais, digitais e ações presenciais, bem como o alinhamento ao público-alvo;
- Eficiência na aplicação da verba, considerando a adequação dos custos propostos, proporcionalidade, economicidade e planejamento de mídia orientado à otimização dos recursos públicos.

Esses critérios asseguram julgamento objetivo, transparente e compatível com as melhores práticas das contratações de serviços de publicidade.

9.3. Conformidade Legal: Todas as propostas deverão observar integralmente a legislação vigente sobre publicidade governamental, garantindo ética, impessoalidade, transparência e finalidade pública. A campanha não poderá, em nenhuma hipótese, conter elementos de promoção pessoal de autoridades ou servidores.

A proposta deverá respeitar:

- Constituição Federal, especialmente os arts. 37, caput e §1º, que determinam a publicidade institucional com caráter educativo, informativo e de orientação social, vedando promoção pessoal;
- Lei nº 12.232/2010, que estabelece normas gerais para contratações de serviços de publicidade no âmbito da Administração Pública;
- Lei nº 14.133/2021, que disciplina o processo de contratação pública, incluindo princípios da eficiência, economicidade e planejamento;
- Lei nº 12.527/2011 (LAI), que garante transparência e acesso às informações públicas;
- Normas, diretrizes e orientações da SECOM/PR, especialmente no que se refere à linguagem cidadã, acessibilidade, padronização e comunicação pública;
- Princípios da Administração Pública, como legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.



Bom Jardim/PE, 15 de dezembro de 2025.

João Francisco da Silva Neto
Prefeito

Célio de Andrade Borges Filho
Secretário De Desenvolvimento Econômico, Empreendedorismo, Cultura, Turismo e
Lazer
Matrícula nº 997562

Danielly Monteiro de Moraes Batista
Secretária de Educação, Ciência, Tecnologia e Inovação
Matrícula nº 997565

Gabriele Silva Fernandes de Souza
Secretária de Finanças
Matrícula nº 997555

João Écio Fonseca de Arruda
Secretário de Agricultura, Pecuária e Meio Ambiente
Matrícula nº 997560

Josevaldo José de Santana
Secretário de Administração
Matrícula nº 997558

Maria Rosemaura de Aguiar
Secretária de Assistência Social e Combate à Fome
Matrícula nº 999147

Mayr Gustavo de Oliveira
Secretário de Obras, Transportes e Serviços Públicos
Matrícula nº 997561

Sebastião Rufino Ribeiro Filho
Secretário de Esportes e Juventude
Matrícula nº 997563

Severino Aguinildo de Lima
Secretário de Saúde
Matrícula nº 992861



ANEXO AO TERMO DE REFERÊNCIA - ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR - ETP

O presente Estudo Técnico Preliminar tem por fim encontrar a melhor solução para atender à necessidade da Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE, nos termos a seguir expostos.

1. INTRODUÇÃO

O Estudo Técnico Preliminar – ETP é o documento constitutivo da primeira etapa do planejamento de uma contratação, que caracteriza o interesse público envolvido e a sua melhor solução. Ele serve de base ao Termo de Referência a ser elaborado, caso se conclua pela viabilidade da contratação.

O ETP tem por objetivo identificar e analisar os cenários para o atendimento de demanda registrada no Documento de Formalização da Demanda – DFD, bem como demonstrar a viabilidade técnica e econômica das soluções identificadas, fornecendo as informações necessárias para subsidiar a tomada de decisão e o prosseguimento do respectivo processo de contratação.

Referência: Inciso XI, do art. 2º e art. 11 da IN SGD/ME nº 94/2022.

2. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

O objeto do presente Estudo Técnico Preliminar, elaborado pela equipe técnica da Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE e suas secretarias, é a escolha da melhor solução para atender as demandas referentes aos **serviços de publicidade institucional**, compreendendo ações de comunicação destinadas a apoiar a divulgação de atos, programas, serviços, campanhas educativas e demais informações de interesse coletivo, em consonância com as necessidades das diversas Secretarias, órgãos e Fundos Municipais vinculados.

A contratação visa efetivar a missão institucional da Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE de promover uma comunicação pública clara, acessível, eficiente e orientada ao cidadão, assegurando transparência, participação social e fortalecimento da cidadania. Nesse sentido, a solução de publicidade institucional busca garantir que a população tenha acesso a informações oficiais relevantes, tempestivas e úteis, que contribuam para o conhecimento sobre políticas públicas, serviços ofertados, ações governamentais e orientações de interesse geral.

A necessidade da contratação decorre da **demandas contínua e crescente por comunicação pública qualificada**, abrangendo atividades informativas, educativas e orientadoras essenciais ao fortalecimento da relação entre a Administração Pública e a população. Essa demanda requer a realização de campanhas integradas e estratégias de comunicação que permitam orientar e informar os cidadãos sobre direitos, serviços públicos disponíveis, programas sociais, atividades institucionais, medidas de utilidade pública e demais ações governamentais que impactam diretamente a vida da comunidade.

Diante disso, a contratação de serviços especializados de publicidade configura-se como medida indispensável para assegurar **clareza, alcance, qualidade técnica e efetividade** às ações de comunicação institucional do Município de Bom Jardim/PE, garantindo que as informações oficiais sejam difundidas de maneira profissional, estratégica e compatível com as melhores práticas legais e técnicas previstas na legislação de regência.

JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO

A contratação ora analisada tem por finalidade atender às necessidades institucionais da Prefeitura Municipal de **Bom Jardim/PE**, no que se refere à realização de ações de comunicação pública capazes de garantir o cumprimento do princípio da publicidade (artigo 37, caput, da Constituição Federal), da transparência ativa prevista na Lei nº 12.527/2011 (Lei de Acesso à Informação), bem como da divulgação de atos, programas, serviços e campanhas públicas, conforme estabelece a Lei nº 12.232/2010.

A ação de comunicação evidencia interesse público direto, sendo indispensável para ampliar o alcance das políticas públicas, programas e serviços governamentais, possibilitando que os públicos prioritários recebam informações claras, acessíveis, tempestivas e socialmente úteis. A ausência dessa contratação prejudicaria a efetividade das políticas públicas, reduziria o alcance das ações governamentais e comprometeria os princípios da eficiência e da transparência (art. 37 da CF/88 e art. 5º da Lei 14.133/2021).

A ausência dessa contratação acarretaria prejuízos significativos à efetividade das políticas públicas municipais, reduzindo o alcance da comunicação oficial, comprometendo a capacidade da Administração de informar e orientar a população e enfraquecendo os pilares da **eficiência administrativa e da transparência**, previstos no art. 37 da Constituição Federal e no art. 5º da Lei nº 14.133/2021. Ademais, poderia gerar assimetrias de informação entre diferentes grupos sociais, dificultando o acesso da população às informações essenciais sobre serviços públicos, ações governamentais e orientações institucionais.

Diante disso, a contratação de serviços de publicidade institucional revela-se indispensável para garantir que o Município de Bom Jardim/PE mantenha comunicação pública efetiva, contínua, técnica e orientada ao interesse coletivo, assegurando que as mensagens governamentais atinjam seus diversos públicos de forma estratégica, eficiente e compatível com as exigências legais que regem a publicidade no setor público.

DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO

O diagnóstico preliminar indica que o órgão atualmente enfrenta os seguintes desafios relacionados à comunicação institucional: **limitações na capacidade de produção de materiais publicitários com qualidade técnica, dificuldade de alcance uniforme da população em todas as regiões do município e necessidade de aprimorar a efetividade das mensagens institucionais diante da multiplicidade de canais de comunicação utilizados pela sociedade**, especialmente em ambientes digitais.

Constatou-se que a estrutura existente não dispõe de meios suficientes para alcançar toda a população com informações essenciais sobre **serviços públicos, ações governamentais, orientações institucionais, campanhas educativas e conteúdos de interesse social**. Há lacunas nos processos de divulgação, baixa aderência do público às informações oficiais, fluxo comunicacional fragmentado, além de mudanças comportamentais e tecnológicas que exigem estratégias de comunicação mais modernas, integradas, acessíveis e adequadas às características da população de Bom Jardim/PE.

Além disso, verificou-se a necessidade de profissionalização da comunicação pública, com adoção de técnicas de planejamento, segmentação, linguagem cidadã, acessibilidade comunicacional e presença estratégica nos meios digitais, elementos fundamentais para assegurar que as mensagens da Administração alcancem efetivamente os públicos prioritários.

Tal cenário reforça a necessidade de contratação de empresa especializada, conforme prevê a Lei nº 12.232/2010, para garantir execução técnica adequada às demandas institucionais, uma vez que os serviços de publicidade envolvem **conhecimento especializado, planejamento integrado, criação de peças, produção técnica em múltiplos formatos, análise estratégica, supervisão, distribuição e veiculação em diferentes mídias e ambientes comunicacionais**, atividades que requerem equipe multidisciplinar, estrutura tecnológica e capacidade operacional que extrapolam o escopo das atividades rotineiras do corpo técnico municipal.

3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

O serviço a ser contratado visa suprir as demandas permanentes de comunicação institucional desta Prefeitura, considerando a necessidade contínua de execução de ações de publicidade e divulgação que assegurem o adequado atendimento às rotinas administrativas e às políticas públicas executadas pelo órgão. As atividades deverão ser realizadas pela empresa contratada de acordo com as especificações técnicas constantes no apêndice deste Estudo Técnico Preliminar e no Termo de Referência, observando as diretrizes legais aplicáveis à publicidade pública.

A Administração Municipal de Bom Jardim/PE, comprometida em promover transparência, orientação ao cidadão e divulgação eficiente de seus atos, programas e serviços, identificou a necessidade de contratar serviços especializados de publicidade, com vistas a aprimorar a comunicação institucional, fortalecer a relação da gestão com a população e garantir o cumprimento do princípio constitucional da publicidade (art. 37, caput e §1º, da CF/88).

Reconhece-se que a Secretaria Municipal de Bom Jardim/PE vem buscando atender às crescentes demandas comunicacionais dos diversos setores com eficiência, qualidade e alinhamento às tendências contemporâneas, porém a execução de campanhas, peças e conteúdos publicitários exige expertise técnica, estrutura profissional e recursos específicos, cujo desempenho é mais adequadamente atendido por empresas especializadas, conforme previsto na Lei nº 12.232/2010.

Neste sentido, diversos municípios e órgãos públicos têm adotado a contratação de serviços publicitários como solução eficaz para atender demandas complexas de comunicação, alcançando resultados positivos na difusão de informações, campanhas educativas, utilidade pública e comunicação institucional.

Assim, o objetivo principal da presente contratação consiste em:

- Garantir a execução de serviços de publicidade institucional e de utilidade pública, necessários para comunicar, orientar, informar e mobilizar a população sobre ações, projetos e programas da Administração Municipal, de forma clara, acessível, ética e conforme determina o arcabouço legal aplicável.
- Neste sentido, o objetivo principal é a contratação de serviço **de publicidade institucional**, destinados a atender às demandas de comunicação da Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE e de seus Fundos Municipais vinculados.

Neste viés, a contratada deverá dispor de:

- A. Certificado de Registro e Funcionamento emitido por entidade reconhecida no setor publicitário, como CENP/CEMP, ou equivalente que comprove habilitação técnica e boas práticas do mercado.

- B. Comprovar experiência prévia em serviços de publicidade, por meio de atestados de capacidade técnica pertinentes e compatíveis com o objeto, emitidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado.
- C. Disponibilizar equipe multidisciplinar composta por profissionais devidamente qualificados nas áreas de planejamento, criação, produção, redação, design, comunicação digital, audiovisual e mídia.
- D. Aptidão para planejamento estratégico de campanha, criação publicitária (offline e online), produção gráfica, audiovisual, digital e multimídia, gestão e execução de mídia digital, tráfego pago, mídia exterior e tradicional, execução de ações de utilidade pública e campanhas de conscientização.
- E. Infraestrutura para execução completa dos serviços, estações de criação e edição gráfica, equipamentos audiovisuais e softwares profissionais, sistemas de monitoramento de performance e análise de dados, equipe própria ou rede certificada de fornecedores terceirizados.
- F. Atendimento às Diretrizes Legais e Normativas
- G. Acessibilidade Comunicacional
Todas as peças publicitárias devem adotar recursos de acessibilidade, legenda, áudio - descrição, janela de libras, linguagem simples, inclusiva e compreensível.

O Quadro 01 apresenta as características gerais desejáveis da presente contratação.

Quadro 01 - Características

Nº	REQUISITO	JUSTIFICATIVA PARA EXIGÊNCIA
1	A agência deverá possuir capacidade técnica para realizar, de forma abrangente, a conceituação, criação, produção, execução, planejamento, distribuição e veiculação de peças e conteúdos publicitários, incluindo materiais para mídias digitais, impressas, externas, rádio, televisão, mídia interior e demais formatos utilizados na comunicação pública.	A amplitude dos serviços de publicidade institucional exige capacidade operacional integral, envolvendo equipe multidisciplinar, domínio técnico e estrutura adequada para criação, produção e veiculação de conteúdos em diferentes linguagens e plataformas. Tal requisito assegura que a contratada seja apta a atender a variedade de demandas das Secretarias, órgãos e Fundos Municipais, garantindo uniformidade da identidade institucional, eficiência das campanhas, qualidade técnica das peças e conformidade com a Lei nº 12.232/2010, que estabelece que a publicidade pública exige execução profissional especializada e integrada.

Há contrato vigente ou anterior com o mesmo objeto? SIM, conforme abaixo:

Verifica-se a existência de contratos vigentes e anteriores com objeto compatível ao ora pretendido, firmados no âmbito do Processo Licitatório nº 0027/2021 – Concorrência nº 0001/2021, destinados à prestação de serviços de publicidade institucional para a Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE e seus Fundos Municipais.

Atualmente, encontram-se vigentes os seguintes contratos:

- **Contrato de Prestação de Serviço nº 019/2021 – FMAS**, 7º Termo Aditivo, com vigência até **12/08/2026**;
- **Contrato de Prestação de Serviço nº 033/2023 – FME**, 2º Termo Aditivo, com vigência até **15/05/2026**;
- **Contrato de Prestação de Serviço nº 076/2021 – PM**, 7º Termo Aditivo, com vigência até **12/08/2026**;
- **Contrato de Prestação de Serviço nº 053/2021 – FMS**, 8º Termo Aditivo, com vigência até **12/08/2026**.

Todos os contratos supracitados foram celebrados com a empresa **Impacto Comunicação e Marketing Ltda.**, inscrita no CNPJ sob o nº **41.246.950/0001-88**.

Ressalta-se que a existência de contratos vigentes não afasta a necessidade de planejamento prévio para futura contratação, considerando a proximidade do término das vigências, a continuidade dos serviços essenciais de comunicação institucional e o atendimento às demandas permanentes da Administração Pública, em observância aos princípios da eficiência, da continuidade do serviço público e do planejamento (art. 18 da Lei nº 14.133/2021).

OBJETIVOS DA CONTRATAÇÃO

Objetivo Geral:

Promover a adequada comunicação institucional do órgão, garantindo a divulgação de informações de interesse público, campanhas educativas e orientações oficiais, de forma clara, acessível, inclusiva e eficiente.

Objetivos Específicos:

1. Atender às necessidades de comunicação previstas no planejamento anual do órgão.
2. Desenvolver campanhas de utilidade pública, informativas ou educativas.
3. Atingir públicos prioritários e estratégicos, conforme diagnóstico e direcionamento de políticas públicas.
4. Garantir conformidade legal às ações de comunicação, respeitando a legislação vigente.
5. Ampliar o alcance, efetividade e compreensão do conteúdo divulgado pelo órgão.
6. Promover integração entre mídias tradicionais, digitais e ações presenciais.
7. Melhorar a qualidade técnica e estética das peças e conteúdos institucionais.
8. **Fortalecer a transparência ativa**, ampliando o acesso da população às informações oficiais e estimulando o controle social das políticas públicas.
9. **Assegurar acessibilidade comunicacional**, incluindo legendas, Libras, audiodescrição, contrastes adequados, formatos inclusivos e linguagem simples, conforme legislação vigente.
10. **Permitir o uso racional, planejado e eficiente dos recursos públicos** destinados às ações de comunicação institucional, garantindo economicidade e proporcionalidade na aplicação da verba.
11. **Aprimorar processos internos de comunicação**, promovendo maior organização, planejamento, registro, monitoramento e avaliação de resultados.
12. **Apoiar ações de mobilização, engajamento comunitário e cidadania**, especialmente em temáticas de interesse público relevante.
13. **Produzir indicadores, métricas e relatórios de desempenho**, possibilitando avaliação da efetividade das campanhas e ações realizadas.
14. **Assegurar capacidade técnica para resposta rápida**, quando necessário, em situações que exijam comunicação institucional emergencial ou de alta prioridade.

4. LEVANTAMENTO DE MERCADO

O levantamento de mercado para a presente contratação teve como finalidade identificar a existência de serviços equivalentes e preços praticados para campanhas de publicidade institucional e/ou de utilidade pública. A pesquisa considerou referências disponíveis no mercado, bem como parâmetros oficiais estabelecidos pela Secretaria de Comunicação Social (SECOM/PR), conforme previsto na Lei nº 12.232/2010 e orientações do TCU para a formação adequada de preços.

Foram obtidas referências de valores por meio de:

- a) Tabelas oficiais da SINAPRO contendo percentuais aplicáveis a serviços de terceiros;

Existem múltiplas soluções semelhantes disponíveis no mercado aptas a atenderem a demanda?

(☒) Não. Após pesquisa de mercado foi observado que há apenas uma única solução apta a atender a demanda.

QUADRO 03 - ANÁLISE DE BENEFÍCIOS DO SERVIÇO DE PUBLICIDADE

Nº	BENEFÍCIOS	RESULTADO ESPERADO
1	CONTRATAÇÃO MAIS VANTAJOSA PARA A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA.	EFICÁCIA
2	ESCOLHA DE PROPOSTA APTA A GERAR RESULTADOS BENEFÍCIOS E DE MAIOR CELERIDADE NO ÓRGÃO MUNICIPAL.	EFICIÊNCIA e AGILIDADE
3	PROVER O DESENVOLVIMENTO NACIONAL SUSTENTÁVEL	EFICIÊNCIA e ECONOMICIDADE
4	FORNECER ALINHAMENTO ESTRATÉGICO ÀS LEIS ORÇAMENTÁRIAS	EFICIÊNCIA e EFICÁCIA
5	PRODUTOS DE MENOR IMPACTO AMBIENTAL	EFICÁCIA e ECONOMICIDADE
6	MELHORAR E PROPICIAR O ATENDIMENTO DE QUALIDADE E DIGNO AO MUNICÍPE	EFICÁCIA
7	PERMITIR MELHOR GESTÃO E MAIOR AGILIDADE NAS ATIVIDADES DIÁRIAS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA	EFICIÊNCIA e EFICÁCIA

5. ESCOLHA DA SOLUÇÃO MAIS ADEQUADA

O presente instrumento tem como objetivo a contratação de empresa especializada para a prestação de **serviços de publicidade institucional**, destinada a atender as necessidades da Prefeitura Municipal de **Bom Jardim/PE**, bem como das diversas Secretarias, órgãos e Fundos Municipais vinculados. Com a presente contratação, garante-se um melhor atendimento e suporte às demandas recorrentes de comunicação institucional, ampliando a capacidade do Município de divulgar atos oficiais, serviços públicos, campanhas educativas, programas governamentais e ações de interesse coletivo, conforme as necessidades que se apresentam ao longo do exercício.

A solução que se visa com a contratação é **fornecer aos munícipes de Bom Jardim informações claras, acessíveis e tempestivas**, permitindo que a população tenha conhecimento preciso sobre os serviços disponibilizados, políticas públicas em execução, ações administrativas, campanhas de utilidade pública e

orientações necessárias ao pleno exercício da cidadania. As informações constantes nos documentos preparatórios evidenciam que o Município enfrenta desafios relacionados ao alcance da comunicação pública, à multiplicidade de canais e formatos necessários para atingir diferentes públicos, bem como à necessidade de integração entre mídias tradicionais, digitais e ações presenciais — aspectos que reforçam a importância da contratação para a efetividade da comunicação institucional.

A contratação de serviços especializados de publicidade institucional permitirá estruturar ações contínuas capazes de fortalecer a transparência, a participação social, a divulgação de serviços essenciais, a orientação preventiva em temas de interesse coletivo e o cumprimento do dever constitucional de publicidade, conforme preveem o art. 37 da Constituição Federal, a Lei nº 12.232/2010 e a Lei nº 14.133/2021.

6. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

A contratação cujo objeto compreende os serviços de publicidade institucional a serem prestados à Prefeitura Municipal de **Bom Jardim/PE** deverá assegurar a execução integrada e articulada das atividades técnicas necessárias ao planejamento, criação, produção, execução, supervisão, distribuição e veiculação de peças e campanhas publicitárias. A solução deverá garantir elevada qualidade técnica, efetividade comunicacional, economicidade e eficiência no uso dos recursos públicos, permitindo que as diversas Secretarias, órgãos e Fundos Municipais vinculados disponham de suporte profissional contínuo para suas ações de comunicação pública.

Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, a solução contratada deverá englobar o conjunto de atividades de publicidade institucional executadas de forma coordenada, incluindo:

A. Estudo, planejamento, conceituação e concepção das campanhas e peças publicitárias, observando as necessidades institucionais da Administração Municipal, os objetivos comunicacionais, os públicos prioritários, os dados socioeconômicos de Bom Jardim/PE e as diretrizes oficiais constantes dos briefings que venham a ser emitidos pelos órgãos demandantes.

B. Criação e execução interna das peças e projetos publicitários, alinhadas às diretrizes de comunicação governamental, à identidade visual aplicável, às boas práticas de acessibilidade comunicacional e à linguagem cidadã recomendada pelos órgãos federais de comunicação pública.

C. Intermediação, contratação e supervisão da execução externa, incluindo produção gráfica, audiovisual, digital, eletrônica, sonora ou outros formatos necessários, conforme as especificações técnicas apresentadas nos planos de comunicação e nos planos de mídia aprovados pela Administração Pública.

D. Distribuição e entrega das peças e campanhas aos veículos de comunicação e demais meios de divulgação, assegurando correta aplicação dos formatos, observância das normas legais, atendimento aos planos aprovados e execução de veiculação conforme o art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

E. Atividades especializadas complementares, conforme §1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, incluindo:

- realização de pesquisas, diagnósticos e instrumentos de avaliação de resultados;
- produção e execução técnica de materiais em múltiplos formatos;
- desenvolvimento de soluções digitais, conteúdos multimídia e formas inovadoras de comunicação institucional;
- monitoramento de desempenho, métricas e indicadores das ações e campanhas;
- elaboração de relatórios de resultados, análises de impacto e recomendações de otimização.

A solução deverá ser estruturada exclusivamente dentro das competências definidas na legislação específica, sendo **vedado**, conforme §2º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, incluir atividades que não guardem pertinência com serviços publicitários, tais como:

- assessoria de imprensa;

- comunicação institucional, jornalística ou relações públicas;
- organização e execução de eventos festivos ou promocionais;
- atividades de marketing político, eleitoral ou promocional de agentes públicos;
- gerenciamento de redes sociais de forma editorial, salvo quando integrado às peças publicitárias produzidas;
- serviços administrativos ou operacionais sem natureza publicitária.

Assim, a contratação visa garantir que a Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE disponha de estrutura técnica qualificada e continuamente acessível para o desenvolvimento de suas ações publicitárias, permitindo comunicação clara, acessível, padronizada, inclusiva e alinhada às políticas públicas municipais, fortalecendo a transparência, a cidadania e o direito de acesso à informação.

7. ESTIMATIVA DO QUANTITATIVO

A Administração Pública Municipal de Bom Jardim/PE, informa que, para a presente contratação de serviços de publicidade, não é possível realizar o levantamento prévio e estimado dos quantitativos de produtos, peças ou serviços a serem executados ao longo da vigência contratual.

Tal impossibilidade decorre da natureza intelectual, criativa e estratégica dos serviços de publicidade, cuja execução depende diretamente:

- a) das linhas criativas propostas pela agência contratada;
- b) das estratégias de comunicação a serem definidas para cada demanda;
- c) da concepção e desenvolvimento das campanhas;
- d) dos formatos necessários para atingir os públicos estratégicos;
- e) do planejamento e das soluções publicitárias aprovadas pela Administração.

À luz dos arts. 5º e 6º da Lei nº 12.232/2010, das diretrizes da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM/PR) e do entendimento consolidado pelos órgãos de controle, não se aplica a elaboração de planilhas de quantitativos para este tipo de contratação, uma vez que:

- a) os serviços não são padronizáveis;
- b) o volume de peças varia conforme a demanda institucional;
- c) as necessidades de produção surgem de cada solução criativa aprovada;
- d) o desenvolvimento das campanhas depende de avaliação técnica caso a caso.

Dessa forma, a estimativa de quantidades será definida por campanha, conforme as demandas apresentadas ao longo da execução contratual, preservando-se a natureza técnica e especializada da publicidade governamental. Entretanto, o valor estimado da licitação foi estabelecido com base nos valores historicamente praticados em nosso município, considerando os custos efetivamente utilizados e despendidos nos últimos anos.

8. ESTIMATIVA DE PREÇO

A Administração Pública Municipal de Bom Jardim/PE informa que, em razão da natureza técnica, intelectual e criativa dos serviços de publicidade, a estimativa do valor da contratação não se baseia em planilhas de quantitativos e preços unitários, uma vez que tais serviços não permitem mensuração prévia de peças, materiais ou produtos a serem executados.

- a) os percentuais de remuneração aplicáveis às agências de propaganda;
- b) os percentuais incidentes sobre serviços especializados de terceiros;
- c) as tabelas oficiais de preços dos veículos de comunicação;
- d) os valores praticados em contratações similares realizadas por outros entes públicos;
- e) referências disponibilizadas pela tabela SINAPRO sobre remuneração e custos de comunicação pública.

Dessa forma, a estimativa global da contratação é definida com base:

- a) nos valores referenciais de mercado;
- b) nos custos médios de produção gráfica, audiovisual, digital e multimídia;
- c) nos preços de veiculação praticados pelos veículos de comunicação;
- d) nos percentuais máximos e mínimos de honorários e descontos previstos em lei;
- e) nas referências oficiais consolidadas para contratações de publicidade governamental.

Ressalta-se que, durante a execução contratual, e conforme o art. 14 da Lei nº 12.232/2010, a agência contratada deverá apresentar:

- a) três orçamentos para serviços de terceiros, obtidos junto a fornecedores cadastrados;
- b) valores de mídia baseados nas tabelas oficiais dos veículos, com aplicação dos descontos pactuados, conforme art. 15 da mesma lei.

Assim, o valor total estimado para a contratação reflete uma previsão global, utilizada exclusivamente para fins de planejamento e elaboração do edital, permanecendo a definição dos valores específicos condicionada à aprovação das campanhas, peças e planos de mídia ao longo da execução contratual.

9. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO DA SOLUÇÃO

Conforme avaliação técnica realizada pela Secretaria Municipal de Bom Jardim/PE analisa-se a seguir a pertinência ou não do parcelamento da solução, à luz do artigo 18 da Lei nº 14.133/2021 e da Lei nº 12.232/2010, que disciplina especificamente os serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

Não se verifica a necessidade de parcelamento da solução, considerando que os serviços de publicidade constituem um conjunto integrado e interdependente de atividades, cujo desempenho exige ação coordenada em todo o ciclo publicitário.

O artigo 2º da Lei nº 12.232/2010 define os serviços de publicidade como atividades executadas de forma integrada, compreendendo estudo, planejamento, conceituação, criação, produção, execução interna, supervisão externa e distribuição das peças e campanhas.

Assim, por sua natureza, o objeto caracteriza-se como unidade técnica indivisível, cuja fragmentação comprometeria a coerência conceitual, a padronização visual, a linha criativa e a efetividade da comunicação governamental.

Dessa forma, não se recomenda o parcelamento, tendo em vista que a contratação deve ser tratada como solução única e completa, conforme previsão do art. 18, §1º da Lei 14.133/2021, especialmente quanto ao risco de perda de economia de escala, inconsistência de identidade institucional e restrição técnica à execução do conjunto das ações.

10. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Não se verificam contratações correlatas nem interdependentes para a viabilidade e contratação desta demanda.

11. PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

Em conformidade com o previsto no inciso IX do Art. 7º, da IN 40/2020, a presente contratação não encontra-se respaldada no Plano de Contratações Anual, tendo em vista a ausência de sua elaboração, devido uma série de fatores que limitaram a sua implementação até o momento, apesar de sua obrigatoriedade constante no Art. 12, VII, da Lei nº 14.133/21, porém é imprescindível considerar as circunstâncias específicas que podem justificar a sua ausência temporária, isto é, a escassez de técnicos disponíveis para a elaboração do referido plano.

Todavia, é crucial ressaltar que a Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE está tomando todas as medidas cabíveis para resolver essa situação, restando demonstrado o compromisso da administração municipal em cumprir com as exigências legais e implementar boas práticas de gestão, realizando assim, levantamento minucioso das necessidades da Secretaria de Saúde, bem como a análise de fornecedores e a definição de critérios claros para as contratações.

12. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a contratação pretendida, objetiva-se estruturar e aprimorar a comunicação institucional do Município, garantindo à comunidade local acesso ampliado, claro e tempestivo às informações oficiais, de forma a atender às necessidades essenciais relacionadas à transparência pública, participação social, orientação cidadã e divulgação de serviços governamentais.

A presente contratação permitirá que os técnicos, gestores e demais servidores das Secretarias do município de Bom Jardim/PE, possam planejar, solicitar e executar ações de comunicação de forma integrada, profissional e contínua, assegurando maior eficiência, qualidade e regularidade na execução das demandas diárias vinculadas ao objeto.

Espera-se, ainda, que a solução contratada contribua para fortalecer a relação entre Administração Pública e população, promovendo informação de utilidade pública, orientação preventiva, educação cidadã e divulgação adequada dos serviços essenciais, fortalecendo o cumprimento das atribuições legais do órgão e promovendo o interesse público.

De forma geral, busca-se alcançar resultados como:

A. Melhorar o alcance, a efetividade e a compreensão das informações divulgadas pelo Município, utilizando linguagem acessível, técnicas de comunicação cidadã e formatos inclusivos.

B. Aprimorar a qualidade técnica e estética das peças publicitárias, garantindo coerência visual, identidade institucional padronizada e alinhamento às diretrizes municipais.

C. Assegurar maior eficiência no uso de recursos públicos, por meio de planejamento integrado, racionalização de esforços e execução profissional das ações comunicacionais.

Assim, a contratação visa suprir demandas operacionais e estratégicas, garantindo que a Administração Pública possa atuar com maior eficiência, agilidade e qualidade, proporcionando benefícios diretos à população e ao funcionamento regular das Secretarias, órgãos e Fundos Municipais vinculados, fortalecendo a comunicação pública como instrumento de transparência e cidadania.

13. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CONTRATAÇÃO

Não se verifica a necessidade de providências específicas a serem adotadas pela Administração previamente à celebração do contrato.

14. DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E DAS RESPECTIVAS MEDIDAS MITIGADORAS QUE PODEM SER ADOTADAS

Em conformidade com o Decreto Federal nº 10.024/19, aponta que “o princípio do desenvolvimento sustentável será observado nas etapas do processo de contratação, em suas dimensões econômica, social, ambiental e cultural, no mínimo, com base nos planos de gestão de logística sustentável dos órgãos e das entidades” (art. 2º, §1º).

Não há previsão de nenhum impacto ambiental.

Dada a natureza do objeto que se pretende adquirir, não se verifica impactos ambientais relevantes, sendo necessário tão somente que a licitante atenda aos critérios dos órgãos fiscalizadores e à política de sustentabilidade Ambiental de produção dos seus itens e descarte.

Deverá ser incluído no Contrato, na cláusula da obrigação da contratada, que a mesma, na execução dos serviços, contribua para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável no cumprimento de diretrizes e critérios de sustentabilidade ambiental de acordo com o art. 225 da Constituição Federal/88, em conformidade com a Lei nº 14.133/2021 e com o art. 6º da Instrução Normativa SLTI/MPOG nº 01, de 19 de janeiro de 2010.

15.POSICIONAMENTO CONCLUSIVO ACERCA DA VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

Segundo o supracitado, a equipe de Planejamento, após concluir os Estudos Técnicos Preliminares aqui registrados, posiciona-se pela viabilidade da contratação para **prestação de serviços de publicidade institucional**, contemplando planejamento, criação, produção, execução e veiculação de peças e campanhas destinadas à comunicação pública do Município. Tal contratação mostra-se essencial para assegurar maior eficiência, qualidade e alcance às ações comunicacionais da Administração, com ênfase nos elementos acima expostos, além de ser necessária para o atendimento das necessidades e interesses das diversas Secretarias do Município de Bom Jardim/PE, estando de acordo com as diretrizes determinadas com a legislação em vigor.

A lista de verificação abaixo oferece o resumo do atendimento da contratação a todos os requisitos elencados no estudo técnico preliminar.

Lista de verificação para declaração da viabilidade ou não da contratação

Item do estudo técnico preliminar:	Atende?
1. A necessidade da contratação é clara e adequadamente justificada?	SIM
2. O alinhamento entre a contratação e o planejamento institucional do órgão ou entidade está demonstrado?	SIM
3. Os requisitos técnicos e a solução tecnológica como um todo foram adequadamente descritos e analisados?	SIM
4. A quantidade de itens está coerente com a demanda prevista?	SIM
5. O levantamento de mercado e a pesquisa de preços foram devidamente realizados?	SIM
6. A análise de cenário e escolha do tipo de solução foram devidamente justificadas?	SIM
7. O parcelamento da solução foi analisado e justificado, se for o caso?	SIM
8. As estimativas preliminares dos preços foram feitas, a partir dos preços pesquisados?	SIM
9. Há orçamento disponível para a contratação no exercício corrente, bem como previsão de provimento de recursos no caso de contratação que se estenda por vários exercícios no caso de serviços contínuos?	SIM
10. Os riscos relevantes para a contratação foram levantados, incluindo-se ações para prevenção ou contingência?	SIM
11. A relação custo-benefício da contratação é considerada favorável e vantajosa para o órgão ou entidade?	SIM

Em assim sendo, diante do exposto no presente estudo técnico preliminar, declara-se que a aquisição é viável, necessária e adequada a este órgão. Além disso, convém ressaltar que o mercado já dispõe de um número razoável de fornecedores capazes de oferecer a solução.

Responsáveis pela elaboração do ETP:

Karla Suênia Santiago Mendes
Assessor de Gabinete
Sec. de Administração



Maria Eduarda Duarte Leite dos Santos
Coord. Exe. de Recursos Humanos
Sec. de Saúde

Élida Karen Mendes de Sousa
Coord. Exec Administrativo e Processamento
Sec. de Educação, Ciência, Tecnologia e Inovação

Jorge Jerônimo Alves da Silva
Assistente Administrativo
Sec. de Agricultura, Pecuária e Meio Ambiente

Everton Júnior dos Santos Soares
Diretor de Direitos Humanos
Sec. de Assistência Social e Combate a Fome

Marjorie dos Santos Arruda
Assessora Especial de Atividades Econômicas
Sec. de Desenvolvimento, Econômico, Empreendedorismo, Cultura, Turismo e Lazer

José Marcos da Silva
Assistente Administrativo
Sec. de Esporte e Juventude

Michel Gabriel Cabral da Costa Batista
Assessor Especial
Sec. de Obras, Transportes e Serviços Públicos

Responsáveis pela Aprovação do ETP:

Célio de Andradre Borges Filho
Secretário De Desenvolvimento Econômico, Empreendedorismo, Cultura, Turismo e Lazer
Matrícula nº 997562

Danielly Monteiro de Moraes Batista
Secretária de Educação, Ciência, Tecnologia e Inovação



Matrícula nº 997565

Gabriele Silva Fernandes de Souza
Secretária de Finanças
Matrícula nº 997555

João Écio Fonseca de Arruda
Secretário de Agricultura, Pecuária e Meio Ambiente
Matrícula nº 997560

Josevaldo José de Santana
Secretário de Administração
Matrícula nº 997558

Maria Rosemaura de Aguiar
Secretária de Assistência Social e Combate à Fome
Matrícula nº 999147

Mayr Gustavo de Oliveira
Secretário de Obras, Transportes e Serviços Públicos
Matrícula nº 997561

Sebastião Rufino Ribeiro Filho
Secretário de Esportes e Juventude
Matrícula nº 997563

Severino Aguinildo de Lima
Secretário de Saúde
Matrícula nº 992861



ANEXO II – MODELO DE PROPOSTA

PROCESSO Nº 00122/2025
CONCORRÊNCIA Nº 00010/2025

OBJETO: Contratação para prestação de serviços de publicidade institucional, destinados a atender às demandas de comunicação da Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE e de seus Fundos Municipais vinculados

Remuneração proposta:

- a) Percentual de desconto, a ser concedido à Prefeitura Municipal de XXXXX sobre os custos internos dos serviços a serem executados por esta Agência de Publicidade, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco – SINAPRO: % (por cento);
- b) Honorários (em percentual), a serem cobrados da Prefeitura Municipal de XXXXX, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão desta Agência de Publicidade: % (por cento).

PROPONENTE:
CNPJ:

Prezados Senhores,

Nos termos do procedimento em epígrafe, apresentamos proposta conforme abaixo:

.....

VALOR GLOBAL DA PROPOSTA - R\$

PRAZO DE EXECUÇÃO:
CONDIÇÕES DE PAGAMENTO:
VALIDADE DESTA PROPOSTA:

Dados bancários do proponente para fins de pagamento:
Banco:
Conta:

Local e Data.

NOME/CPF/ASSINATURA
Representante legal do proponente.

OBSERVAÇÃO: a proposta deverá ser elaborada em papel timbrado do proponente.



ANEXO III – MINUTA DE TERMO DE CONTRATO

MINUTA DE TERMO DE CONTRATO Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021 SERVIÇOS – LICITAÇÃO

PREFEITURA MUNICIPAL DO BOM JARDIM

(Processo nº 00025/2024)

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº/....., QUE FAZEM
ENTRE SI, POR INTERMÉDIO DO (A)
..... E
.....

A Por intermédio do(a) (órgão contratante), com sede no(a), na cidade de /Estado ..., inscrito(a) no CNPJ sob o nº, neste ato representado(a) pelo(a) (cargo e nome), nomeado(a) pela Portaria nº, de De De 20..., portador da Matrícula Funcional nº, doravante denominado CONTRATANTE, e o(a), inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº, sediado(a) na, doravante designado CONTRATADO, neste ato representado(a) por (nome e função no contratado), conforme atos constitutivos da empresa **OU** procuração apresentada nos autos, tendo em vista o que consta no Processo nº E em observância às disposições da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e demais legislação aplicável, resolvem celebrar o presente Termo de Contrato, decorrente da concorrência n. 00001/2024, mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas.

1. CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO (art. 92, I e II)

1.1. O objeto do presente instrumento é a Contratação para prestação de serviços de publicidade institucional, destinados a atender às demandas de comunicação da Prefeitura Municipal de Bom Jardim/PE e de seus Fundos Municipais vinculados, nas condições estabelecidas no Termo de Referência.

1.2. Objeto da contratação:

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	CATSER	UNIDADE DE MEDIDA	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
1						
2						
3						



...						
-----	--	--	--	--	--	--

1.4 Vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

1.4.1 O Termo de Referência;

1.4.2 O Edital da Licitação;

1.4.3 A Proposta do contratado;

1.4.4 Eventuais anexos dos documentos supracitados.

2 CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

2.1 O prazo de vigência da contratação é de 12 (meses) contados da assinatura do contrato, na forma do artigo 105 a 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

2.2 O prazo de vigência será automaticamente prorrogado, independentemente de termo aditivo, quando o objeto não for concluído no período firmado acima, ressalvadas as providências cabíveis no caso de culpa do contratado, previstas neste instrumento.

2.3 O contratado não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

2.4 A prorrogação de contrato deverá ser promovida mediante celebração de termo aditivo.

2.5 Nas eventuais prorrogações contratuais, os custos não renováveis já pagos ou amortizados ao longo do primeiro período de vigência da contratação deverão ser reduzidos ou eliminados como condição para a renovação.

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

3 CLÁUSULA TERCEIRA – MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS (art. 92, IV, VII e XVIII)

3.1 O regime de execução contratual, os modelos de gestão e de execução, assim como os prazos e condições de conclusão, entrega, observação e recebimento do objeto constam no Edital.

3.2 A Gestão do Contrato ficará sob a responsabilidade do(a) autoridade competente.

3.3 A fiscalização da execução do Contrato ficará sob a responsabilidade de servidor designado, conforme disposto na Portaria nº 073 de 16 de janeiro de 2025.

3.4 Caberá à Fiscal do Contrato:

3.4.1 Responsabilizar-se pela vigilância e garantia da regularidade e adequação do fornecimento;

3.4.2 Conhecer plenamente os termos registrados/contratuais sob sua fiscalização, principalmente suas cláusulas, assim como as condições constantes do edital e seus anexos, com vistas a identificar as obrigações *in concreto* tanto do Contratante quanto da Contratada;

3.4.3 Conhecer e reunir-se com o preposto da Contratada com a finalidade de definir e estabelecer as estratégias da execução do objeto, bem como traçar metas de controle, fiscalização e acompanhamento do fornecimento;

3.4.4 Exigir da Contratada o fiel cumprimento de todas as condições registradas e contratuais assumidas, constantes das cláusulas e demais condições do edital e respectivos anexos;



3.4.5 Comunicar à Administração a necessidade de alterações do quantitativo do objeto ou modificação da forma de sua execução, em razão do fato superveniente ou de outro qualquer, que possa comprometer a aderência registrada/contratual e seu efetivo resultado;

3.4.6 Recusar o fornecimento irregular, não aceitando produto diverso daquele que se encontra especificado no Termo de Referência, no Edital e Contrato, assim como observar, para o seu correto recebimento;

3.4.7 Comunicar por escrito qualquer falta cometida pela Contratada;

3.4.8 Comunicar formalmente ao seu respectivo Gestor do Contrato as irregularidades cometidas passíveis de penalidade, após os contatos prévios com a Contratada;

3.4.9 Anotar em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução do Contrato, determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados.

Caberá ao gestor do contrato:

3.5 Autorizar a abertura de processo administrativo visando à aplicação das penalidades cabíveis, garantindo a defesa prévia à Contratada.

3.5.1 Emitir avaliação da qualidade do fornecimento;

3.5.2 Acompanhar e observar o cumprimento das cláusulas contratuais;

3.5.3 Analisar os relatórios e documentos enviados pelo fiscal;

3.5.4 Propor aplicação de sanções administrativas pelo descumprimento das cláusulas contratuais apontadas pelo fiscal;

3.5.5 Providenciar o pagamento das faturas emitidas pela Contratada, mediante a observância das exigências contratuais e legais;

3.5.6 Manter controle atualizado dos pagamentos efetuados, observando para que o valor dos Contratos não seja ultrapassado;

3.5.7 Orientar o fiscal do Contrato para a adequada observância das cláusulas registradas/contratuais.

4 CLÁUSULA QUARTA – SUBCONTRATAÇÃO

4.1. É admitida a subcontratação parcial do objeto, nas seguintes condições:

4.4.1. É vedada a subcontratação completa ou da parcela principal do objeto da contratação, a qual consiste no conjunto de atividades de natureza intelectual e estratégica previstas no art. 2º da Lei nº 12.232/2010, incluindo:

- f) estudo, planejamento e conceituação das campanhas;
- g) criação das peças publicitárias;
- h) supervisão e direção técnica da execução;
- i) definição das estratégias de mídia, canais e formatos;
- j) controle da identidade visual, diretrizes de comunicação e da coerência criativa.

4.4.2. A subcontratação parcelada é permitida até 25%, limitar-se-á exclusivamente aos serviços técnicos especializados de terceiros necessários à execução das peças, nos termos dos arts. 5º, 6º, 14 e 15 da Lei nº 12.232/2010, tais como:

- h) produção gráfica;
- i) produção audiovisual;



- j) áudio, jingle e trilhas sonoras;
- k) fotografia técnica;
- l) impressão e acabamentos;
- m) locação de equipamentos específicos;
- n) serviços necessários à execução material das campanhas.

4.4.3. A subcontratação é permitida a contratação de terceiros pelo contratado para e execução dos serviços complementares, respeitando os limites da lei nº 14.133/2021 e 12.232/2010.

4.4.4. Para cada serviço de terceiros, a agência contratada deverá apresentar, antes da contratação:

- a) três orçamentos de fornecedores cadastrados, conforme art. 14 da Lei nº 12.232/2010;
- b) justificativa técnica para escolha da proposta mais vantajosa;
- c) comprovação dos descontos obrigatórios aplicados pelos veículos de mídia, nos termos do art. 15 da mesma lei.

4.4.5. A agência permanecerá integralmente responsável pela qualidade, prazo e resultado de todos os serviços subcontratados, nos termos do art. 122 da Lei nº 14.133/2021

4.4.6. O contrato detalhará as regras complementares relativas à subcontratação permitida, à responsabilidade da contratada e às condições de fiscalização.

4.5. O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à subcontratação, caso admitida.

5 CLÁUSULA QUINTA – PREÇO (art. 92, V)

5.1 O valor mensal da contratação é de R\$ (.....).

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

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

6 CLÁUSULA SEXTA - PAGAMENTO (art. 92, V e VI)

6.1 O prazo para pagamento ao contratado e demais condições a ele referentes encontram-se definidos no Edital.

7 CLÁUSULA SÉTIMA - REAJUSTE (art. 92, V)

7.1 Os preços inicialmente contratados são fixos e irredutíveis no prazo de um ano contado da data da assinatura do contrato.

7.2 Após o interregno de um ano, e independentemente de pedido do contratado, os preços iniciais serão reajustados, mediante a aplicação, pelo contratante, do índice IPCA/IBGE, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

7.3 Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.



7.4 No caso de atraso ou não divulgação do(s) índice (s) de reajustamento, o contratante pagará ao contratado a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja(m) divulgado(s) o(s) índice(s) definitivo(s).

7.5 Nas aferições finais, o(s) índice(s) utilizado(s) para reajuste será(ão), obrigatoriamente, o(s) definitivo(s).

7.6 Caso o(s) índice(s) estabelecido(s) para reajustamento venha(m) a ser extinto(s) ou de qualquer forma não possa(m) mais ser utilizado(s), será(ão) adotado(s), em substituição, o(s) que vier(em) a ser determinado(s) pela legislação então em vigor.

7.7 Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

7.8 O reajuste será realizado por apostilamento.

8 CLÁUSULA OITAVA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE (art. 92, X, XI e XIV)

- a) Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo Contratado, de acordo com o contrato e seus anexos;
- b) Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Termo de Referência;
- c) Notificar o Contratado, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto fornecido, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas;
- d) Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo Contratado;
- e) Efetuar o pagamento ao Contratado do valor correspondente ao fornecimento do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente Contrato e no Termo de Referência.
- f) Aplicar ao Contratado as sanções previstas na lei e neste Contrato;
- g) Cientificar o órgão de representação judicial para adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento de obrigações pelo Contratado;
- h) Explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste.
- i) A Administração terá o prazo de 1 mês, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.
- j) Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo contratado no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis.
- k) Notificar os emitentes das garantias quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais.
- l) A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pelo Contratado com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do Contratado, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

9 CLÁUSULA NONA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO (art. 92, XIV, XVI e XVII)

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



- w) Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor ([Lei nº 8.078, de 1990](#));
- x) Comunicar ao contratante, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data da entrega, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação;
- y) Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal ou gestor do contrato ou autoridade superior ([art. 137, II, da Lei n.º 14.133, de 2021](#)) e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados;
- z) Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os bens nos quais se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados;
- aa) Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo contratante, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida, o valor correspondente aos danos sofridos;
- bb) Quando não for possível a verificação da regularidade online, o contratado deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, junto com a Nota Fiscal para fins de pagamento, os seguintes documentos: 1) prova de regularidade relativa à Seguridade Social; 2) certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União; 3) certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Estadual ou Distrital do domicílio ou sede do contratado; 4) Certidão de Regularidade do FGTS – CRF; e 5) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;
- cc) Responsabilizar-se pelo cumprimento de todas as obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais, comerciais e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade ao contratante e não poderá onerar o objeto do contrato;
- dd) Comunicar ao Fiscal do contrato, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique no local da execução do objeto contratual.
- ee) Paralisar, por determinação do contratante, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros.
- ff) Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições exigidas para habilitação na licitação;
- gg) Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação ([art. 116, da Lei n.º 14.133, de 2021](#));
- hh) Comprovar a reserva de cargos a que se refere a cláusula acima, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas ([art. 116, parágrafo único, da Lei n.º 14.133, de 2021](#));
- ii) Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato;
- jj) Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no [art. 124, II, d, da Lei nº 14.133, de 2021](#).
- kk) Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas de segurança do contratante;



- ll) Alocar os empregados necessários, com habilitação e conhecimento adequados, ao perfeito cumprimento das cláusulas deste contrato, fornecendo os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios demandados, cuja quantidade, qualidade e tecnologia deverão atender às recomendações de boa técnica e a legislação de regência;
- mm) Orientar e treinar seus empregados sobre os deveres previstos na Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, adotando medidas eficazes para proteção de dados pessoais a que tenha acesso por força da execução deste contrato;
- nn) Conduzir os trabalhos com estrita observância às normas da legislação pertinente, cumprindo as determinações dos Poderes Públicos, mantendo sempre limpo o local de execução do objeto e nas melhores condições de segurança, higiene e disciplina.
- oo) Submeter previamente, por escrito, ao contratante, para análise e aprovação, quaisquer mudanças nos métodos executivos que fujam às especificações do memorial descritivo ou instrumento congênere.
- pp) Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezesseis anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos, nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre.

10 CLÁUSULA DÉCIMA – GARANTIA DE EXECUÇÃO (art. 92, XII)

10.1 Não haverá exigência de garantia contratual da execução.

11 CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS (art. 92, XIV)

11.1 Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

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

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

- i. **Advertência**, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);
- ii. **Impedimento de licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);
- iii. **Declaração de inidoneidade para licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).

iv. **Multa:**



1. Moratória de 1% (um por cento) diário até o limite de 10% (dez por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida;
2. Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas “e” a “h” do subitem 11.1, de 5% a 10% do valor do Contrato.
3. Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea “c” do subitem 11.1, de 5% a 10% do valor do Contrato.
4. Para infração descrita na alínea “b” do subitem 11.1, a multa será de 10% a 15% do valor do Contrato.
5. Para infrações descritas na alínea “d” do subitem 11.1, a multa será de 1% a 5% do valor do Contrato.
6. Para a infração descrita na alínea “a” do subitem 11.1, a multa será de 1% a 5% do valor do Contrato.

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

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

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

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

11.6 Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 30(trinta) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

11.7 A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no **caput** e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

11.8 Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

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

11.9 Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

11.10 A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora



ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021)

11.11 O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021)

11.12 As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

11.13 Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante, na forma da Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022.

12 CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA EXTINÇÃO CONTRATUAL (art. 92, XIX)

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

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

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

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

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

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

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

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

12.5 O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

12.5.1.1 Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

12.5.1.2 Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

12.5.1.3 Indenizações e multas.

12.6 A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, caput, da Lei nº 14.133, de 2021).



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

13 CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA (art. 92, VIII)

13.1 As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento deste exercício, na dotação abaixo discriminada:

Unidade gestora: 1 - Prefeitura Municipal do Bom Jardim
Órgão orçamentário: 11000 - SECRETARIA DE GOVERNO
Unidade orçamentária: 11001 - SECRETARIA DE GOVERNO
Função: 4 - Administração
Subfunção: 131 - Comunicação Social
Programa: 402 - DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL
Ação: 2.93 - DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL DA ADMINISTRAÇÃO
Despesa 1716 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 1 - MSC - 1.501.000 - Recursos Próprios. - 1.501.0000

Unidade gestora: 2 - Fundo Municipal de Saúde do Bom Jardim
Órgão orçamentário: 12000 - FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE
Unidade orçamentária: 12001 - FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE
Função: 10 - Saúde
Subfunção: 122 - Administração Geral
Programa: 1001 - GESTÃO DO FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE
Ação: 2.10 - GESTÃO ADMINISTRATIVA DO FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE
Despesa 1308 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 3 - MSC - 1.500.1002 - Impostos e Transferências Saúde 15% - STN - 1.500.1002 - 1.5
Despesa 1309 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 201 - MSC - 1.600.0000 - (CUSTEIO) Recursos do SUS do Bloco de Manutenção das Ações e Serviços
Ação: 2.13 - DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE
Despesa 1349 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 3 - MSC - 1.500.1002 - Impostos e Transferências Saúde 15% - STN - 1.500.1002 - 1.5
Subfunção: 301 - Atenção Básica
Programa: 1002 - ATENÇÃO PRIMÁRIA A SAÚDE DA POPULAÇÃO
Ação: 2.15 - MANUTENÇÃO DAS AÇÕES DE ATENÇÃO PRIMÁRIA
Despesa 2603 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 3 - MSC - 1.500.1002 - Impostos e Transferências Saúde 15% - STN - 1.500.1002 - 1.5
Despesa 2604 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 201 - MSC - 1.600.0000 - (CUSTEIO) Recursos do SUS do Bloco de Manutenção das Ações e Serviços
Despesa 2605 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 600 - MSC - 1.600.3110 Recursos do SUS do Bloco de Manutenção das Ações e Serviços
Subfunção: 302 - Assistência Hospitalar e Ambulatorial
Programa: 1003 - ATENÇÃO ESPECIALIZADA À SAÚDE DA POPULAÇÃO
Ação: 2.22 - MANUTENÇÃO E QUALIFICAÇÃO DA REDE ESPECIALIZADA DE SAÚDE
Despesa 1813 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 3 - MSC - 1.500.1002 - Impostos e Transferências Saúde 15% - STN - 1.500.1002 - 1.5
Despesa 1814 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 201 - MSC - 1.600.0000 - (CUSTEIO) Recursos do SUS do Bloco de Manutenção das Ações e Serviços
Despesa 2790 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 600 - MSC - 1.600.3110 Recursos do SUS do Bloco de Manutenção das Ações e Serviços

Unidade gestora: 3 - Fundo Municipal de Assistência Social do Bom Jardim
Órgão orçamentário: 13000 - SECRETARIA MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL, FAMÍLIA E COMBATE A FOME
Unidade orçamentária: 13001 - SECRETARIA MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL, FAMÍLIA E COMBATE A FOME
Função: 8 - Assistência Social
Subfunção: 122 - Administração Geral
Programa: 801 - GESTÃO DO FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
Ação: 2.130 - GESTÃO ADMINISTRATIVA DA SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
Despesa 1740 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 302 - Recursos Próprios Assistência Social - STN - 1.501.0000 - 1.501.0000
Subfunção: 243 - Assistência à Criança e ao Adolescente
Programa: 802 - PROGRAMA DE PROTEÇÃO SOCIAL BÁSICA
Ação: 2.138 - MANUTENÇÃO DO SERVIÇO DE CONVIVÊNCIA E FORTALECIMENTO DE VÍNCULOS
Despesa 1781 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso: 301 - MSC - 1.660.0000 - Recursos Transferidos pelo FNAS. - 1.660.0000
Programa: 805 - PRIMEIRA INFÂNCIA NO SUAS



Ação: 2.8 - MANUTENÇÃO DO PROGRAMA CRIANÇA FELIZ

Despesa 1828 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica
Fonte de recurso:301 - MSC - 1.660.0000 - Recursos Transferidos pelo FNAS. - 1.660.0000

Programa: 809 - CONSELHOS E CONTROLE SOCIAL

Ação: 2.137 - MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DO CONSELHO TUTELAR E CONSELHOS DE ASSISTÊNCIA SOCIAL

Despesa 1760 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica

Fonte de recurso:302 - Recursos Próprios Assistência Social - STN - 1.501.0000 - 1.501.0000

Subfunção: 244 - Assistência Comunitária

Programa: 803 - PROTEÇÃO SOCIAL ESPECIAL DE MÉDIA COMPLEXIDADE

Ação: 2.144 - MANUTENÇÃO DO SERVIÇO DE PROTEÇÃO E ATENDIMENTO ESPECIALIZADO A FAMÍLIA E INDIVÍDUOS-PAEFI/CREAS

Despesa 1936 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica

Fonte de recurso:301 - MSC - 1.660.0000 - Recursos Transferidos pelo FNAS. - 1.660.0000

Despesa 1937 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica

Fonte de recurso:302 - MSC - 1.661.0000 - FEAS - Fundo Estadual de Assistência Social - 1.661.0000

Programa: 804 - GESTÃO DO SUAS

Ação: 2.120 - MANUTENÇÃO DO ÍNDICE DE GESTÃO DESCENTRALIZADA DO SUAS (IGD-SUAS)

Despesa 2128 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica

Fonte de recurso:301 - MSC - 1.660.0000 - Recursos Transferidos pelo FNAS. - 1.660.0000

Ação: 2.146 - MANUTENÇÃO DAS AÇÕES DO IGDBF

Despesa 1979 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica

Fonte de recurso:301 - MSC - 1.660.0000 - Recursos Transferidos pelo FNAS. - 1.660.0000

Programa: 807 - SEGURANÇA ALIMENTAR

Ação: 2.190 - MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DA COZINHA COMUNITÁRIA

Despesa 2482 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica

Fonte de recurso:30 - MSC - 1.661.0000 - FEAS - Fundo Estadual de Assistência Social - 1.661.0000

Unidade gestora: 4 - Fundo Municipal de Educação de Bom Jardim

Órgão orçamentário: 17000 - FUNDO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO DE BOM JARDIM

Unidade orçamentária: 17001 - SECRETARIA DE EDUCAÇÃO, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Função: 12 - Educação

Subfunção: 361 - Ensino Fundamental

Programa: 1210 - GESTÃO DAS ATIVIDADES-MEIO DA EDUCAÇÃO BÁSICA

Ação: 2.102 - MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DO FUNDO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO

Despesa 1343 3.3.90.39.00 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica

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

14 CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DOS CASOS OMISSOS (art. 92, III)

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

15 CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – ALTERAÇÕES

15.1 Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021.

15.2 O contratado é obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

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

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



16 CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – PUBLICAÇÃO

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

17 CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – FORO (art. 92, §1º)

17.1 Fica eleito o Foro da Justiça em Bom Jardim/PE, para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação, conforme art. 92, §1º, da Lei nº 14.133/21.

[Local], [dia] de [mês] de [ano].

Representante legal do CONTRATANTE

Representante legal do CONTRATADO

TESTEMUNHAS:

1-

2-



ANEXO V – MODELOS DE DECLARAÇÕES

....., CNPJ NºDeclara que:

- I. Está ciente e concorda com as condições contidas no edital e seus anexos, bem como de que a proposta apresentada compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de sua entrega em definitivo e que cumpre plenamente os requisitos de habilitação definidos no instrumento convocatório;
- II. Não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7º, XXXIII, da Constituição;
- III. Não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;
- IV. Não possui em seu quadro societário, servidor público da ativa do Município ou de qualquer entidade a ele vinculada;
- V. Cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.
- VI. O fornecedor enquadrado como microempresa, empresa de pequeno porte ou sociedade cooperativa deverá declarar que cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 2006, estando apto a usufruir do tratamento favorecido estabelecido em seus arts. 42 a 49, observado o disposto nos §§ 1º ao 3º do art. 4º, da Lei n.º 14.133, de 2021.

() cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 2006, estando apto a usufruir do tratamento favorecido estabelecido em seus arts. 42 a 49, observado o disposto nos §§ 1º ao 3º do art. 4º, da Lei n.º 14.133, de 2021.

() Não sou apto para os benefícios por não ser enquadrado como microempresa, empresa de pequeno porte ou sociedade cooperativa.

Entendo que a falsidade da declaração sujeitará às sanções previstas na Lei nº 14.133, de 2021, e no Edital.

.....

RESPONSÁVEL