



EDITAL

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº
001/2026

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº:
12.690/2026

RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS: 27/05/2026 AS 9HS



Documento assinado digitalmente

SONIA REGINA DE OLIVEIRA

Data: 24/03/2026 15:39:23-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Página 2 de 135

**EDITAL DE
CONCORRÊNCIA PÚBLICA DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**

CONCORRÊNCIA Nº 001/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº:
12.690/2026

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

- a. –A **SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM**, por meio da Comissão de Contratação designada pela **Decreto Nº. 8.142/2025**, alterado pelo Decreto nº:8.435/2025, torna público aos interessados a realização da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, conforme detalhamento abaixo:

MODALIDADE:	CONCORRÊNCIA
CRITÉRIO DE JULGAMENTO:	TÉCNICA E PREÇO
OBJETO:	Contratação de serviços de publicidade e propaganda aos órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal, da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE, a serem prestados por intermédio de até 3 (TRÊS) agências de propaganda e publicidade.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime das LEIS:

- A) Lei n. 12.232/2010;
- B) E aplicação complementar das Leis n. 4.680/1965 e n. 14.133/2021.

2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

2.1 Os **INVÓLUCROS** com as propostas técnica e de preços serão recebidos como segue:

DIA:	27/05/2026
HORÁRIO:	9:00 HORAS
LOCAL:	AUDITÓRIO DO CENTRO ADMINISTRATIVO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU, LOCALIZADO NO SEGUINTE ENDEREÇO: RUA FREI LUIS CANOLO DE NORONHA, 42, CONJUNTO COSTA E SILVA, BAIRRO PONTO NOVO, ARACAJU/SE, CEP 49.097-270

2.1.1 Em não havendo expediente nessa data, os **INVÓLUCROS** serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

2.1.2 A abertura dos **INVÓLUCROS** e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto na legislação e neste edital, especialmente o seu **ITEM - 19**.

2.2 Os documentos de habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela comissão de contratação.

2.3 Os horários mencionados neste edital referem-se ao horário de Aracaju/SE.

3. OBJETO

3.1 O objeto da concorrência é a:

- 1 Contratação de até **3 (TRÊS) agências de propaganda e publicidade** para prestação de serviços de propaganda dos órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal, da

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE, compreendendo, integradamente, o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

3.1.1 Também integram o objeto desta **concorrência**, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) A produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários (de mídia ou não mídia) criados;

b) Ao planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária;

c) A criação, a implementação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinados a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

d) A contratação dos serviços direcionados ao planejamento, criação, programação e manutenção de páginas eletrônicas da administração pública, ao monitoramento e gestão de suas redes sociais e a otimização de páginas e canais digitais para mecanismos de buscas e produção de mensagens, infográficos, painéis interativos e conteúdo institucional

3.1.1.1 A contratação dos serviços elencados no **SUBITEM - 3.1** tem como objetivo atender o princípio da publicidade e promover o direito à informação, por meio da difusão de ideias e de princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas ao público em geral.

3.1.1.2 O estudo e o planejamento previstos no **SUBITEM - 3.1** objetivam a proposição estratégica das campanhas publicitárias para alcance dos objetivos de comunicação e a superação dos desafios apresentados, contemplando meios de comunicação e divulgação tradicionais (*off-line*) e digitais (*on-line*), e sempre que possível devem prever os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

3.1.1.3 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na **alínea 'b' do SUBITEM 3.1.1** terão a finalidade de:

- A) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Poder Executivo Municipal, o público-alvo e os veículos de comunicação ou de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- B) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- C) Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

3.1.2 É vedado incluir outros serviços não previstos no **SUBITEM - 3.1.1**, em especial as atividades de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas, de promoção e de patrocínio e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

3.2 Para a prestação dos serviços serão contratadas até **3 (TRÊS) agências de propaganda e publicidade**, doravante denominadas de AGÊNCIA(S), LICITANTE(S) ou CONTRATADA(S).

3.2.1 Os serviços objeto da presente **concorrência** serão contratados com AGÊNCIA(S) de propaganda e publicidade cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n. 4.680/1965 e possuam **certificado de qualificação técnica de atendimento, nos termos da Lei n. 12.232/2010**.

3.2.2 A(s) AGÊNCIA(S) atuará(ão) de acordo com a solicitação da SECOM, indistintamente e independentemente de sua classificação no

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos **SUBITENS - 3.1** e **3.1.1**.

3.2.3 A(s) AGÊNCIA(S) não poderá(ão) subcontratar terceiros e/ou outras agências para a realização dos serviços previstos no **SUBITEM - 3.1**.

3.2.4 O **Anexo – V** constitui, por força do § 4º, do art. 2º, da Lei n. 12.232/2010, a seleção interna das agências, possibilitando à SECOM, como ali estabelecido, selecionar os materiais e as peças a originarem as ações de comunicação e/ou campanhas publicitárias.

3.2.5 A SECOM realizará, **semestralmente**, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela(s) AGÊNCIA(S) que vier(em) a ser CONTRATADA(S), da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preço praticada.

1. A avaliação **semestral** será considerada:

- 3 Para solicitar à(s) AGÊNCIA(S) a melhoria da qualidade de serviços prestados;
- 4 Para decidir sobre a conveniência de, a qualquer tempo, rescindir unilateralmente os respectivos contratos;
- 5 Para fornecer, quando solicitado pela(s) AGÊNCIA(S), declarações sobre o seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

4. RETIRADA DO EDITAL

4.1 Este EDITAL e seus ANEXOS serão fornecidos gratuitamente no:

- **PORTAL NACIONAL DE CONTRATAÇÕES PÚBLICAS – PNCP:**

<https://www.gov.br/pncp/pt-br>

Página 7 de 135

- **PORTAL ARACAJUCOMPRAS:**

<https://www.aracajucompras.se.gov.br/portal/default.aspx>

- **PORTAL DE TRANSPARÊNCIA DA PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE:**

<https://aracajucompras.se.gov.br/portal/licitacoes.aspx?tipo=L>

5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1 Esclarecimentos sobre esta **CONCORRÊNCIA** deverão ser apresentados em uma das formas abaixo estabelecidas até às **17 horas, do 3º dia útil anterior a data de entrega das propostas (até às 17 horas, do dia 22/05/2026)**, exclusivamente por escrito à Comissão de Contratação que ouvirá, se necessário, a área técnica:

E-MAIL:	sonia.oliveira@aracaju.se.gov.br
PRESENCIALMENTE:	SETOR – CENTRAL DE COMPRAS E LICITAÇÕES – CCL/SEPLOG, LOCALIZADO NO SEGUINTE ENDEREÇO:
	RUA FREI LUIS CANOLO DE NORONHA, 42, CONJUNTO COSTA E SILVA, BAIRRO PONTO NOVO, ARACAJU/SE, CEP 49.097-270.
	HORÁRIO E DIAS DE FUNCIONAMENTO:
	2 DAS 07 ÀS 13 HORAS; 3 DAS 14 ÀS 17 HORAS; 4 EM DIAS ÚTEIS, DE SEGUNDA-FEIRA A SEXTA-FEIRA.

5.1.1 Para efeito da contagem de prazo, o envio e/ou recebimento após **às 17 horas**, será considerado como remetido no dia útil posterior

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

5.1.1.1 Decai do direito de solicitar esclarecimentos dos termos deste Edital, quem não o fizer no prazo estabelecido no **SUBITEM - 5.1**.

5.1.1.2 Os esclarecimentos intempestivos não serão conhecidos nem respondidos pela Comissão de Contratação.

5.1.1.3 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito **em até 03 (três) dias úteis**, limitado ao último dia útil anterior a data de entrega das propostas.

5.1.1.4 A LICITANTE não deve utilizar termos a propiciar, em eventual pedido de esclarecimento, a identificação da sua proposta perante a **Subcomissão Técnica**, quando do julgamento da **via não identificada** do plano de comunicação publicitária (**INVÓLUCRO Nº - 01**).

5.1.1.5 A Comissão de Contratação dará conhecimento das perguntas e respostas aos interessados pelo certame, sem informar a identidade da consulente e de seu representante, mediante divulgação nos meios listados no **ITEM – 4.1, deste EDITAL**.

5.1.2 À(s) LICITANTE(S) interessada(s) cabe(m) acessar assiduamente o referido endereço para tomar(em) conhecimento das perguntas e respostas e se manter(em) atualizada(s) sobre esclarecimentos referentes a este edital.

6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

6.1 Qualquer pessoa, física ou jurídica, é parte legítima para impugnar o presente edital por irregularidade. A impugnação deverá ser apresentada até às **17 HORAS**, do 3º (terceiro) dias útil anterior a data de entrega das propostas técnica e de preços (**até às 17 horas, do dia 22.05.2026**), por uma das seguintes formas:

E-MAIL:	Sonia.oliveira@aracaju.se.gov.br
PRESENCIALMENTE:	SETOR – CENTRAL DE COMPRAS E LICITAÇÕES – CCL/SEPLOG, LOCALIZADO NO SEGUINTE ENDEREÇO: RUA FREI LUIS CANOLO DE NORONHA, 42, CONJUNTO COSTA E

SILVA, BAIRRO PONTO NOVO, ARACAJU/SE, CEP 49.097-270.

HORÁRIO E DIAS DE FUNCIONAMENTO:

5 DAS 07 ÀS 13 HORAS;

6 DAS 14 ÀS 17 HORAS;

7 EM DIAS ÚTEIS, DE SEGUNDA-FEIRA A SEXTA-FEIRA.

6.1.2. Para efeito da contagem de prazo, o envio e/ou recebimento após às **17 HORAS** será considerado como remetido no dia útil posterior

6.1.3. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, quem não o fizer no prazo estabelecido no **SUBITEM - 6.1**.

6.1.4. As impugnações intempestivas não serão conhecidas pela Comissão de Contratação.

6.2. Os pedidos de impugnação serão processados, julgados e respondidos **em até 3 (três) dias úteis**, sendo o último dia limitado ao dia útil anterior à data de entrega das propostas, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 170, § 4º, da Lei n. 14.133/2021.

6.2.1 A impugnação feita tempestivamente por LICITANTE não a impedirá de participar do processo licitatório até que a questão a ela pertinente seja decidida.

6.2.3 O pedido de impugnação deverá conter a indicação das falhas ou irregularidades que supostamente viciaram o edital.

6.2.4 A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste **ITEM – 6** não será reconhecida nem respondida pela Comissão de Contratação e será recebida como mera informação.

7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

7.1 Poderá participar desta **concorrência**, a agência de propaganda, pessoa jurídica, que satisfaça a definição de **"agência de propaganda e publicidade" prevista no art. 3º da Lei n. 4.680/1965, que atenda as condições deste edital e que apresente os documentos nele exigidos.**

7.2 Não poderá participar desta **concorrência** a agência de propaganda:

- A) Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Administração Pública;(art. 156, § 4º, lei 14.133)
- B) Cujas falências tenham sido decretadas ou esteja em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- C) Que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;
- D) Estrangeira sem funcionar no país;
- E) Que estiver reunida sob a forma de consórcio;
- F) Que possua sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados que integrem a Subcomissão Técnica ou estejam lotados na SECOM.
- G) Cujos **INVÓLUCRO Nº - 1 (VIA NÃO IDENTIFICADA)**:

g.1) Apresente em sua parte externa a identificação da licitante ou ainda possua marca, sinal, etiqueta ou outro elemento a possibilitar a sua identificação antes da abertura do **INVÓLUCRO Nº - 02**;

g.2) Esteja danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados, possibilitando a

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

identificação da licitante antes da abertura do **INVÓLUCRONº - 02**.

7.3 Nenhuma LICITANTE poderá participar desta **CONCORRÊNCIA** com mais de uma proposta.

7.4 Ao participar da concorrência, a LICITANTE confirma que aceitou os termos, as cláusulas e as condições deste edital e de seus anexos; que observou os preceitos legais e regulamentares, assumindo responsabilidade sobre as informações e os documentos apresentados em qualquer fase do processo.

7.4.1 As impugnações apresentadas na forma do **SUBITEM - 6.2** farão a(s) LICITANTE(S) gozarem de efeito suspensivo no que tange a aceitação dos termos, das cláusulas e das condições deste edital, até que sua impugnação seja julgada.

7.5 A(s) LICITANTE(S) são responsáveis por todos os custos relacionados à sua participação nesta **concorrência**. A **PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE** não cobrirá ou se responsabilizará por tais despesas sob nenhuma circunstância, independentemente do andamento ou resultado do processo licitatório.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1 Para participar deste certame, o(s) representante(s) da(s) LICITANTE(S) apresentará(ão) à **Comissão de Contratação**, no ato programado para a entrega dos **INVÓLUCROS** com as propostas técnicas(**INVÓLUCROS nºs - 01, 02 e 03**) e de preços (**INVÓLUCRO nº - 04**), a procuração a credenciá-lo juntamente com seu documento de identidade de fé pública.

8.1.1 Os documentos mencionados no **SUBITEM - 8.1** deverão ser apresentados fora dos invólucros da proposta técnica e de preço e comporão os autos do processo licitatório.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

8.1.2 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá em cópia do ato a estabelecer a prova de representação da agência, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, permitindo a comissão de contratação atestar a sua autenticidade.

8.1.3 Caso o preposto da LICITANTE não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, pública ou particular, contendo, no mínimo, os poderes do modelo do **ANEXO - II**. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação a cópia autenticada em cartório dos atos constitutivos da agência contendo os nomes dos sócios e/ou dirigente para comprovar a legitimidade da sua representação.

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

8.3 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das propostas técnica e de preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, novo credenciamento deverá ser realizado.

8.4 A LICITANTE poderá encaminhar as propostas técnica (**INVÓLUCROS n°s - 01, 02 e 03**) e de preços (**INVÓLUCRO n° 04**) por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos **INVÓLUCROS** diretamente à Comissão de Contratação na data, hora e local indicados no **SUBITEM - 2.1, deste edital**.

9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1 A proposta técnica deverá ser entregue à Comissão de Contratação, acondicionada nos **INVÓLUCROS n°s - 01, 02 e 03**.

INVÓLUCRO Nº - 01:

9.1.1 No **INVÓLUCRO Nº - 01** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária - Via não Identificada**, tratado nos **SUBITENS - 11.2 e 11.3**, e os exemplos de peças e/ou materiais da **alínea 'a'**, do **SUBITEM-11.3.3.3**.

9.1.1.1 Só será aceito o Plano de **Comunicação Publicitária - Via não Identificada** acondicionado no **INVÓLUCRO** padronizado **obrigatoriamente fornecido pelo SETOR – CCL/SEPLOG**, a pedido da LICITANTE interessada na presente licitação.

9.1.1.1.1 O **INVÓLUCRO** padronizado deverá ser retirado pela interessada, conforme detalhamento abaixo:

HORÁRIO DE RETIRADA:	8 DAS 07 ÀS 13 HORAS; 9 DAS 14 ÀS 17 HORAS; 10 EM DIAS ÚTEIS, DE SEGUNDA-FEIRA A SEXTA-FEIRA.
SETOR:	SETOR – CENTRAL DE COMPRAS E LICITAÇÕES – CCL/SEPLOG , LOCALIZADO NO SEGUINTE ENDEREÇO: RUA FREI LUIS CANOLO DE NORONHA, 42, CONJUNTO COSTA E SILVA, BAIRRO PONTO NOVO, ARACAJU/SE, CEP 49.097-270.
PRAZO MÁXIMO PARA RETIRADA:	ATÉ ÀS 17 HORAS , ATÉ O 3º (TERCEIRO) DIA ÚTIL ANTERIOR AO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS, OU SEJA, ATÉ ÀS 17 HORAS DO DIA 22/05/2026 .

9.1.1.1.2 O **INVÓLUCRO** padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente, através de OFÍCIO, devidamente assinado, contendo, RAZÃO SOCIAL, CNPJ, ENDEREÇO COMPLETO, TELEFONE e E-MAIL, conforme detalhamento abaixo:

- a) No momento do resgate, o OFÍCIO deverá estar acompanhado da procuração do representante e o documento de identidade de fé pública.

9.1.1.2 O **INVÓLUCRO Nº - 01** deverá estar **sem fechamento e sem rubrica.**

9.1.1.3 Para preservar - até a abertura do **INVÓLUCRO Nº - 02**- o sigilo quanto à autoria do plano de comunicação publicitária, o **INVÓLUCRO Nº - 01** não poderá:

- A) Ter nenhuma identificação;
- B) Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento a possibilitar a inequívoca identificação da LICITANTE; e
- C) Estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados, possibilitando a inequívoca identificação da LICITANTE.

INVÓLUCRO Nº - 02:

9.1.2 No **INVÓLUCRO Nº - 02** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada**, do **SUBITEM - 11.4**.

9.1.2.1 O **INVÓLUCRO Nº - 02** deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

- A) **INVÓLUCRO Nº - 02**;
- B) Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada;
- C) Nome empresarial e CNPJ da LICITANTE;
- D) Concorrência Nº 001/2026;

9.1.2.2 O **INVÓLUCRO Nº - 02** deverá ser providenciado pela LICITANTE e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável e capaz de preservar a confidencialidade das informações de que trata até a sua abertura.

INVÓLUCRO Nº - 03:

9.1.3 No **INVÓLUCRO Nº - 03** deverão estar acondicionados:

- A **Capacidade de Atendimento (SUBITEM- 11.5);**
- O **Repertório (SUBITEM - 11.7);**
- E os **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (SUBITEM - 11.10).**

9.1.3.1 O **INVÓLUCRO Nº - 03** deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

- A) **Invólucro nº - 03;**
- B) Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- C) Nome empresarial e CNPJ da LICITANTE;
- D) Concorrência Nº. 001/2026;

9.1.3.2 O **INVÓLUCRO Nº - 03** deverá ser providenciado pela LICITANTE e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável e capaz de preservar a confidencialidade das informações de que trata até a sua abertura.

9.1.3.3 O **INVÓLUCRO Nº - 03** não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento a constar do **Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada**, de modo a evitar a identificação da autoria deste antes da abertura do **INVÓLUCRO Nº - 02**.

10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

10.1 A proposta de preços deverá ser entregue à Comissão de Contratação acondicionada no **INVÓLUCRO Nº - 04**.

INVÓLUCRO Nº - 04:

10.1.1 O **INVÓLUCRO Nº - 04** deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

- **INVÓLUCRO Nº - 04;**
- Proposta de preços;
- Nome empresarial e CNPJ da LICITANTE;
- Concorrência Nº **001/2026**;

10.1.2 O **INVÓLUCRO Nº - 04** será providenciado pela LICITANTE e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável e capaz de preservar a confidencialidade das informações de que trata até a sua abertura.

11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 A LICITANTE deverá apresentar sua proposta técnica estruturada em **04 (quatro) quesitos**:

- **Plano de Comunicação Publicitária;**
- **Capacidade de Atendimento;**
- **Repertório;**

- **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.**

11.1.1 A proposta técnica será redigida com clareza, sem emendas ou rasuras e em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA:

11.2 O **Plano de Comunicação Publicitária - Via não Identificada** deverá ser apresentado da seguinte forma:

- A) Em caderno único com espiral preto colocado à esquerda;
- B) Capa e contracapa em papel A4 branco de 75 g/m2 a 90 g/m2, ambas em branco;
- C) Conteúdo impresso em papel A4 branco de 75 g/m2 a 90 g/m2, na orientação retrato;
- D) Espaçamento de 3 cm na direita e 2 cm na esquerda, a partir das bordas;
- E) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- F) Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos, entretítulos e entre parágrafos;
- G) Alinhamento justificado do texto;
- H) Texto e numeração de páginas em fonte 'Arial', cor preta, tamanho 12 pontos, observado o disposto nos **SUBITENS - 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.4;**

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

I) Numeração em todas as páginas pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismo arábico, à direita, parte inferior da página;

J) Os textos dos subquestitos **Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e Não Mídia do Plano de Comunicação** podem ser apresentados em uma mesma página ou em páginas separadas. Em ambos os casos, a LICITANTE deve observar o espaçamento das entrelinhas e a opção para tanto aos títulos, entretítulos e parágrafos, e ainda a **alínea 'c'**, do **subitem 9.1.1.3** e o **subitem 11.2.6**.

K) Sem identificação da licitante.

11.2.1 As especificações do **SUBITEM - 11.2** não se aplicam às peças e material de que trata a **alínea 'b', do SUBITEM- 11.3.3** e à indicação prevista no **SUBITEM- 11.3.3.4.2**.

11.2.2 Os subquestitos **Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária** poderão ter gráfico ou tabela se observadas as seguintes regras:

- A) Os gráficos e ou tabelas poderão ser editados em cores.
- B) Os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'Arial', cor preta, tamanho 12 pontos.
- C) Os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentados em papel A3 dobrado ou em A4, de acordo com as orientações a seguir:
 - c1) Se inseridos em papel A4, os gráficos e ou tabelas poderão ser impressos na orientação retrato ou paisagem e encadernados no Plano de Comunicação na orientação retrato.
 - c2) Se inseridos em papel A3, os gráficos e ou tabelas devem ser impressos na orientação paisagem e encadernados no Plano de Comunicação na orientação retrato.

c3) Seja qual for o papel utilizado, as páginas devem ser numeradas pelo editor de textos em algarismo arábico, à direita, parte inferior, na fonte 'Arial', cor preta, tamanho 12 pontos.

c4) O papel A3 será computado como duas páginas no limite previsto no **SUBITEM - 11.2.6**.

11.2.3 Os exemplos de peças e ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados soltos e em separado do caderno do **SUBITEM - 11.2**.

11.2.3.1 Esses exemplos podem ser apresentados em qualquer tipo e tamanho de papel, desde que se adequem às dimensões do **INVÓLUCRO Nº 01**, cabendo à LICITANTE atentar para o disposto nas **alíneas 'c'**, dos **SUBITENS - 9.1.1.3 e 19.2.1** e no **SUBITEM - 19.2.1.2**.

11.2.4 O **subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia** está submetido aos critérios do **SUBITEM - 11.2**, no que diz respeito à produção de texto. Tabelas, gráficos e planilhas podem:

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- c) Ter qualquer tipo de formatação de margem;
- d) Os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentados em papel A3 dobrado ou em A4, de acordo com as orientações a seguir:
 - d1) Se inseridos em papel A4, os gráficos e ou tabelas poderão ser impressos na orientação retrato ou paisagem e encadernados no Plano de Comunicação na orientação retrato.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

d2) Se inseridos em papel A3, os gráficos e ou tabelas devem ser impressos na orientação paisagem e encadernados no Plano de Comunicação na orientação retrato.

d3) Seja qual for o papel utilizado, as páginas devem ser numeradas pelo editor de textos em algarismo arábico, à direita, parte inferior, na fonte 'Arial', cor preta, tamanho 12 pontos.

d4) O papel A3 será computado como duas páginas no limite previsto no **SUBITEM - 11.2.6**.

11.2.5 O **Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada** não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento a possibilitar a inequívoca identificação de sua autoria antes da abertura do **INVÓLUCRO Nº - 02**.

11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na **alínea 'a', do SUBITEM - 11.3.3** estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, as folhas de rosto utilizadas para separar os textos dos subquestos não serão computadas nesse limite.

11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às LICITANTES atentarem especialmente para o disposto na:

- a) **alínea 'c', do SUBITEM - 9.1.1.3;**
- b) no **SUBITEM - 11.2.3.1;**
- c) na **alínea 'c' do SUBITEM - 19.2.1;**
- d) e no **SUBITEM - 19.2.1.2.**

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

11.2.8 Para fins desta **CONCORRÊNCIA**, consideram-se como Não Mídia os meios a não implicarem a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

11.2.9 Podem ser utilizadas páginas isoladas (folha de rosto) com a finalidade de distinguir o final do **Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada** e seus subquesitos:

- A) Raciocínio Básico;
- B) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- C) Ideia Criativa;
- D) e Estratégia de Mídia e Não mídia.

11.2.9.1 Essas páginas podem ser apresentadas em branco ou trazer a informação do item ou subquesito a que se refere, seguindo as especificações do **SUBITEM - 11.2** no que couber.

11.3 O **Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada**, composto dos subquesitos **Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia**, deverá ser elaborado com base no **briefing (ANEXO - I)**, observadas as seguintes disposições:

11.3.1 Raciocínio Básico: apresentação pela LICITANTE de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE para enfrentar o desafio de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

11.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela LICITANTE das linhas gerais da proposta para solucionar o problema de comunicação expresso no **briefing**, compreendendo:

a) Explicitação e defesa da concepção estratégica e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) Explicitação e defesa dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

11.3.3 Ideia Criativa: apresentação pela LICITANTE de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) Apresentar relação de todas as peças e ou materiais que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no **SUBITEM - 11.3.2**, com comentários sobre cada peça e ou material, limitados a 10 (dez) linhas.

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

11.3.3.1 Se a campanha proposta pela LICITANTE previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na **alínea 'b' do SUBITEM - 11.3.3** e na **alínea 'a' do SUBITEM - 11.3.3**, a relação prevista na **alínea 'a' do SUBITEM - 11.3.3** deverá ser elaborada em dois blocos:

- um para as peças e ou material apresentados como exemplo;
- e outro para o restante.

11.3.3.2 Os comentários mencionados na **alínea 'a' do SUBITEM - 11.3.3** estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material, limitados a 10 (dez) linhas.

11.3.3.3 Os exemplos de peças e ou materiais de que trata a **alínea 'b' do SUBITEM - 11.3.3**:

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

A) Estão limitados até 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

B) Podem ser apresentados sob a forma de:

b1) Roteiro, leiaute e ou *story-board* impressos, para qualquer meio;

b2) Protótipo ou 'monstro', para peças destinadas a rádio e internet;

b3) *Story-board*, animado ou *animatic*, para TV.

c) Só serão aceitos finalizados em caso de Não Mídia;

11.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a **alínea 'a' do SUBITEM - 11.3.3.3**, devem ser observadas as seguintes regras:

a) Reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças.

b) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única.

c) Um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça.

d) Um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças.

e) Um banner e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

f) Um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça.

11.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a **alínea 'f' do SUBITEM - 11.3.3.4**, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.3.4.2 Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro', internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da subcomissão técnica, com a relação prevista na **alínea 'a' do SUBITEM - 11.3.3**;

11.3.3.4.3 Os *story-boards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em CD, CD-Rom ou DVD-Rom executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.3.3.4.3.1 Os CD, CD-Rom ou DVD-Rom gravados com os protótipos ou 'monstro' deverão ser etiquetados com etiquetas brancas (código A4CD1) ou similar, e conter a indicação de que se refere o **SUBITEM - 11.3.3.4.2**.

11.3.3.4.3.2 Os CD, CD-Rom ou DVD-Rom deverão ser acondicionados em envelope de cor branca, sem identificação, colados em papel A4.

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

11.3.3.4.3.4 Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

11.3.3.4.3.5 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passe-partout* em qualquer cor ou material, observado o disposto no **SUBITEM - 11.2.3.1**. Peças que não se ajustam às dimensões do **INVÓLUCRO Nº - 01** podem ser dobradas.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

11.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) Apresentação em que a LICITANTE explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) Simulação de plano de distribuição em que a LICITANTE identificará todas as peças e ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

11.3.4.1 Todas as peças e materiais que integrarem a relação prevista na **alínea 'a' do SUBITEM - 11.3.3** deverão constar dessa simulação.

11.3.4.2 Dessa simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) O período de distribuição das peças e ou materiais;
- b) As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) As quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou materiais de não mídia;
- g) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição das peças e ou dos materiais de não mídia.

11.3.4.3 Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- b) Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n. 4.680/1965;
- c) Devem ser desconsiderados os custos internos de criação e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA:

11.4 O **Plano de Comunicação Publicitária – via identificada**, sem os exemplos de peças e ou materiais da ideia criativa, deverá constituir-se em cópia da **Via Não Identificada** com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:

11.5 A LICITANTE deverá apresentar os documentos e informações da capacidade de atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, fonte 'arial', tamanho 12 pontos, folhas numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1 Os documentos e as informações do caderno específico mencionados no **SUBITEM - 11.5 não poderão** ter marca, sinal, etiqueta,

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

palavra ou outro elemento a constar no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, possibilitando a inequívoca identificação da autoria deste antes da abertura do **INVÓLUCRO Nº 02**. O descumprimento de tal obrigação implica a desclassificação automática da LICITANTE sem direito à pontuação, nos termos do art. 6º, inciso XIV, § 2º, da Lei n. 12.232/2010.

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

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

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

REPERTÓRIO:

11.7 A LICITANTE deverá apresentar os documentos, informações, peças e material do Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, fonte 'arial', tamanho 12 pontos, folhas numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1 Os documentos e as informações do caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do **Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada**, possibilitando a inequívoca identificação da autoria deste antes da abertura do **INVÓLUCRO Nº - 02**. O descumprimento de tal obrigação implica a desclassificação automática da LICITANTE sem direito à pontuação, nos termos do art. 6º, inciso XIV, § 2º, da Lei n. 12.232/2010.

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

11.9 O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos, veiculados, expostos e ou distribuídos pela LICITANTE.

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

11.9.1.1 As peças e ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos.

11.9.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD executáveis no sistema operacional Windows e deverão ser acondicionados em envelope colados em papel A4, podendo integrar o caderno específico previsto no **SUBITEM - 11.7** ou ser apresentadas soltas.

11.9.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no **SUBITEM - 11.7**, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

11.9.1.3.1 Se integrarem o caderno do Relatório, as peças gráficas serão anexadas das seguintes formas:

- a) Se as peças gráficas estiverem em papel A4, elas devem ser impressas na orientação retrato ou paisagem e encadernadas no Relatório na orientação retrato.
- b) Se as peças gráficas estiverem em papel A3, elas devem ser impressas na orientação paisagem e encadernadas no Relatório na orientação retrato.

11.9.1.4 Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobrados ou não.

11.9.1.4.1 Apresentadas soltas ou encadernadas, as peças gráficas não precisam ser numeradas.

11.9.1.5 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no **SUBITEM - 11.9.1**, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na seção específica deste edital.

11.9.2 Para cada peça e ou material deve ser apresentada uma ficha técnica contendo a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver, o nome da LICITANTE e do seu cliente, o título da peça e ou material, a data de produção, o período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

11.9.3 As peças e ou materiais não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela SECOM.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:

11.10 A LICITANTE deverá apresentar os documentos e informações dos **relatos de soluções de problemas de comunicação** em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, fonte 'Arial', tamanho 12 pontos, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado e assinado na última página por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.10.1.1 Os documentos e as informações do caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento a constar do **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, possibilitando a inequívoca identificação da autoria deste antes da abertura do **INVÓLUCRO Nº - 02**. O descumprimento de tal obrigação implica a desclassificação automática da LICITANTE sem direito à pontuação, nos termos do art. 6º, inciso XIV, § 2º, da Lei n. 12.232/2010.

11.11 A LICITANTE deverá apresentar **02 (dois) relatos** de soluções bem-sucedidas aos problemas de comunicação, os quais foram resolvidos em razão de os seus clientes terem aplicado as ações planejadas e propostas pela agência.

11.11.1 As propostas de que trata o **SUBITEM - 11.11** devem ter sido implementadas a partir de **01/01/2020**.

11.11.2 Se a licitante apresentar apenas **01 (um) relato**, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista na seção específica deste edital.

11.11.3 Os relatos devem conter a razão social do cliente, o nome, o cargo e a função do signatário. Todas as peças, fichas técnicas e páginas do relato devem estar assinadas pelo seu autor. Os relatos não podem se referir às ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pelo PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE.

11.11.4 É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato. Se incluídas:

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

I - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD executáveis no sistema operacional Windows e deverão ser acondicionados em envelope colados em papel A4, podendo integrar o caderno específico previsto no **SUBITEM - 11.10** ou ser apresentadas soltas;

II - As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no **SUBITEM - 11.10**, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

II.1) Se integrarem o caderno de Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, as peças gráficas serão anexadas da seguinte forma:

- a) Se as peças gráficas estiverem em papel A4, elas devem ser impressas na orientação retrato ou paisagem e encadernadas nos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação na orientação retrato.
- b) Se as peças gráficas estiverem em papel A3, elas devem ser impressas na orientação paisagem e encadernadas nos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação na orientação retrato.

II.2) Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobrados ou não.

II.3) Apresentadas soltas ou encadernadas, as peças gráficas não precisam ser numeradas.

III - Para cada peça e ou materiais, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1 A **SUBCOMISSÃO TÉCNICA** prevista no **SUBITEM -18.2** deste edital analisará as propostas técnicas das LICITANTES a partir do atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

12.2 Serão levados em conta pela **SUBCOMISSÃO TÉCNICA**, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da proposta, em cada quesito ou subquesito:

12.2.1 **Plano de comunicação publicitária:**

80 (oitenta) distribuídos entre os subsquitos dos SUBITEMS - 12.2.1.1, 12.2.1.2, 12.2.1.3 e 12.2.1.4, a saber:

12.2.1.1 **Raciocínio básico- a acuidade de compreensão, 10 (dez) pontos distribuídos da seguinte forma:**

A) Das funções e do papel da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE nos contextos social, político e econômico: **1 (um) ponto;**

B) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE com seus públicos: **1 (um) ponto;**

C) Das características da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE e das suas atividades significativas a comunicação publicitária: **2 (dois) pontos;**

D) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação: **2 (dois) pontos;**

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

- E) Do problema específico de comunicação a ser enfrentado pela **SECOM: 2 (dois) pontos**;
- F) Das necessidades de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE para enfrentar esse desafio: **2 (dois) pontos**.

12.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: 30 (trinta) pontos, sendo 5 (cinco) pontos para cada item:

- a) A adequação da concepção estratégica proposta à natureza e à qualificação da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE e ao seu problema específico de comunicação;
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da concepção estratégica proposta;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos da concepção estratégica proposta para a comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE com seus públicos;
- d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE;
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE, no ambiente no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos, os objetivos por ele desejados e a verba disponível.

12.2.1.3 **Ideia Criativa: 25 (vinte e cinco) pontos, sendo 2,5 (dois e meio) pontos para cada item:**

- A) Sua adequação ao problema específico de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE;
- B) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela LICITANTE;
- C) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- D) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- E) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- F) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- G) Sua pertinência às atividades da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- H) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou materiais apresentados;
- I) A exequibilidade das peças e ou dos materiais;
- J) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.

12.2.1.4 **Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze) pontos, distribuídos da seguinte forma:**

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários: **2,5 (dois e meio) pontos**;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: **2,5 (dois e meio) pontos**;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou dos materiais em relação às duas **alíneas anteriores: 3 (três) pontos**;
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos canais de comunicação próprios da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE (**indicados no briefing**): **3 (três) pontos**;
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou dos materiais: **2 (dois) pontos**;
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: **2 (dois) pontos**.

12.2.2 Capacidade de Atendimento: 10 (dez) pontos, distribuídos da seguinte forma:

- a) O porte e a tradição dos clientes atuais da LICITANTE e o conceito de seus produtos e serviços no mercado: **2 (dois) ponto**;
- b) A experiência dos profissionais da LICITANTE em atividades publicitárias: **2 (dois) ponto**;
- c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE: **1 (um) ponto**;

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

- d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que a LICITANTE colocará à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário: **2 (dois) ponto**;
- e) A operacionalidade do relacionamento entre a **SECOM** e a LICITANTE, esquematizado na proposta: **1 (um) ponto**;
- f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a LICITANTE colocará regularmente à disposição da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato: **2 (dois) pontos**.

12.2.3 **Repertório: 5 (cinco) pontos distribuídos da seguinte forma:**

- a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido: **2 (dois) pontos**;
- b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou materiais: **1 (um) ponto**;
- c) A clareza da exposição das informações prestadas: **2 (dois) pontos**;

12.2.4 **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 5 (cinco) pontos distribuídos da seguinte forma:**

- a) A evidência de planejamento publicitário: **2 (dois) pontos**;
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução: **1 (um) ponto**;
- c) A relevância dos resultados apresentados: **1 (um) ponto**;

d) A concatenação lógica da exposição: **1 (um) ponto**.

12.3 A nota da proposta técnica está limitada ao máximo de **100 (cem) pontos** e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

a) Plano de Comunicação Publicitária: 80 (oitenta pontos)

a) a1) Raciocínio Básico: 10 (dez)

b) a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 30 (trinta)

c) a3) Ideia Criativa: 25 (vinte e cinco)

d) a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)

b) Capacidade de Atendimento: 10 (dez)

c) Repertório: 5 (cinco)

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 5 (cinco)

12.3.2 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da **SUBCOMISSÃO TÉCNICA**.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

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

12.3.2.2 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, 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 ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

12.3.3 A nota de cada LICITANTE corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

12.3.4 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da proposta técnica, as licitantes que obtiverem **as 04 (quatro) maiores pontuações, observando o disposto nas alíneas "a", "b" e "c" do SUBITEM - 12.4.**

12.4 Será desclassificada a proposta que:

- A) Identifique, de forma inequívoca, a autoria do Plano de Comunicação, antes da abertura do **INVÓLUCRO Nº - 02**;
- B) Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- C) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos dos **SUBITEMS - 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2 a 12.2.4.**

12.4.1 Poderá ser desclassificada a proposta que não atender às demais exigências do presente edital e de seus anexos, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto nos **SUBITEMS - 19.1.3 e 19.1.3.1.**

13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

Página 39 de 135

13.1 A proposta de preços da LICITANTE deverá ser:

- A) Apresentada em papel a identificar a LICITANTE, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- B) Datada, assinada na última página e rubricada nas demais, os documentos referidos nos **SUBITENS - 13.2 e 13.3** deve ser rubricado e assinado por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;
- C) Elaborada em dois documentos distintos, descritos nos **SUBITENS - 13.2 e 13.3**;
- D) Com prazo de validade de 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

13.2 A LICITANTE deverá apresentar Planilha de Preços sujeitos a valoração, a ser elaborada com as informações constantes do **ANEXO- III**.

13.3 A LICITANTE deverá elaborar declaração na qual;

- Estabelecerá os percentuais máximos, limitados a 70% (setenta por cento), a serem pagos pelo Poder Executivo Municipal – PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE:
 - a1) Aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

a2) Aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas as peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.

- Comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Poder Executivo Municipal as vantagens obtidas.
- Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na cláusula décima da minuta de contrato (**ANEXO - IV**).

13.4 Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da LICITANTE e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

14. VALORAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

14.1 As propostas de preços das LICITANTES classificadas no julgamento das propostas técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

14.2 Será desclassificada a Proposta de Preço a apresentar preços baseados em outra proposta ou a conter qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

14.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da planilha a constituir o **ANEXO - III**, não sendo aceito, nos termos do art. 36 da Lei n. 14.133/2021:

- a) Desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Sergipe – SINAPRO/SE**, a título de

Página 41 de 135

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

ressarcimento dos custos internos dos serviços realizados pela própria LICITANTE;

- b) Percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- c) Percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou materiais cuja distribuição não proporcione à LICITANTE o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n. 4.680/1965.

14.4 A Comissão de Contratação atribuirá pontos para cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

DESCONTO/HONORÁRIOS	PONTOS (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 14.3	$P1 = 0,8 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 14.3	$P2 = 1,0 \times (5,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 14.3	$P3 = 3,0 \times (5,0 - \text{Honorários})$

ATENÇÃO:

Para efeito de cálculo dos pontos de cada LICITANTE, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a

Valoração, sem o símbolo '%’.

14.4.1 A nota de cada proposta de preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no **SUBITEM - 14.4**, como segue:

$$P = P1 + P2 + P3.$$

15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS OU NOTA FINAL

15.1 O julgamento final das propostas técnica e de preços desta **concorrência** será feito de acordo com o previsto no art. 33, IV, da Lei n. 14.133/2021 para o tipo melhor técnica e preço.

15.2 Serão consideradas vencedoras do julgamento final das propostas, **as 3 (TRÊS) primeiras LICITANTES** que atingirem, quando somados os valores obtidos no julgamento da proposta técnica e de preço, as maiores notas finais.

15.3 Para a obtenção da nota final (NF), serão aplicados o peso de **30 (trinta) para a proposta de preço** e de **70 (setenta) para a proposta técnica**, sendo a nota final de cada LICITANTE definida pela seguinte equação:

$$NF = (Nota da Proposta de Preço) \times 0,30 + (Nota da Proposta Técnica) \times 0,70$$

15.4 A proposta que obtiver a maior nota final será a primeira classificada, a segunda maior nota a segunda classificada e assim sucessivamente.

15.5 **Em caso de empate** será considerada como classificada em primeiro lugar e assim sucessivamente, a LICITANTE que tiver obtido as maiores pontuações nos quesitos correspondentes aos itens **Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Estratégias de Mídia e Não-Mídia e Raciocínio Básico**.

a. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio na própria sessão ou em sessão a ser marcada pela Comissão de Contratação, cuja data será divulgada na forma do **ITEM – 21** deste Edital, para a qual serão convidadas todas as LICITANTES.

16. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1 Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação apenas pelas LICITANTES classificadas no julgamento final das propostas técnicas e de preços, em dia, hora e local por ela estipulados.

16.1.1 Os documentos deverão estar acondicionados no **INVÓLUCRO Nº 05**, a ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

- a) **INVÓLUCRO Nº 05;**
- b) Documentos de habilitação;
- c) Nome empresarial e CNPJ da LICITANTE;
- d) Concorrência Nº. **001/2026;**

16.1.2 O **INVÓLUCRO Nº - 05** será providenciado pela LICITANTE e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável e capaz de preservar a confidencialidade das informações de que trata até a sua abertura.

16.1.3 Os documentos de habilitação deverão ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por quem representante legalmente a LICITANTE e deverão ser apresentados, alternativamente, em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original para conferência pela Comissão de Contratação, no ato

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

da abertura dos documentos de habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis a oferecerem condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

16.2 Para se habilitar, a LICITANTE deverá apresentar a documentação na forma prevista nos **SUBITENS - 16.2.1 a 16.3**.

16.2.1 Habilitação Jurídica

- Cédula de identidade dos responsáveis legais da LICITANTE;
- Registro comercial, em caso de empresa individual;
- Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;

c1) Os documentos mencionados na **alínea 'c'** deverão estar acompanhados de todas as suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta **concorrência**;

- Inscrição do ato constitutivo em cartório de registros de pessoas jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no país, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

16.2.2 Regularidade fiscal e trabalhista

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

- a) Prova de inscrição no cadastro nacional de pessoa jurídica - CNPJ/MF;
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativa ao domicílio ou sede da LICITANTE, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta **concorrência**;
- c) Certidão conjunta negativa de débitos relativos a tributos federais e à dívida ativa da União expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da LICITANTE;
- d) Certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedidas por Órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado Membro em que estiver localizada a sede da LICITANTE;
- e) Certidão negativa de débito trabalhista - CNDT a comprovar a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho;
- f) Certificado de regularidade do fundo de garantia por tempo de serviço - FGTS em vigor na data de apresentação dos documentos de habilitação.

16.2.2.1 Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

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

16.2.2.3 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

16.2.3 Qualificação Técnica:

- a) Declaração(ões) expedida(s) por pessoas jurídicas de direito público ou privado a atestar que a LICITANTE prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta **concorrência**, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no **SUBITEM - 3.1**;
- b) Cópia do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata o §1º do art. 4º da Lei n. 12.232/2010, obtido perante o **Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.**

b1) O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial, devendo ser comprovado no INVÓLUCRO Nº - 05.

b2) O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação.

16.2.4 Qualificação Econômico-Financeira

- a) Certidão cível ou negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, dentro do prazo de validade;
- a1) Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos documentos de habilitação e das propostas;

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

- a2) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.
- b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, a comprovar a boa situação financeira da LICITANTE, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos documentos de habilitação;
- c) O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo representante legal da empresa e por contador registrado no Conselho Regional de Contabilidade ou por outro profissional inscrito em instituição equivalente;
- c1) Se necessária a atualização do balanço, as demonstrações contábeis e o patrimônio líquido deverão ser apresentados por meio de memorial de cálculo correspondente, o qual será assinado pelo representante legal da empresa e por contador registrado no Conselho Regional de Contabilidade ou por outro profissional inscrito em instituição equivalente;
- c2) A depender do tipo de empresa licitante, o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas e apresentado de acordo com os **incisos I a III e IV abaixo**:
- I - Sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da LICITANTE, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do livro diário do qual foi extraído (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei n. 486/1969);

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

II - Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei n. 6.404/1976: registrado ou autenticado no Órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da LICITANTE e publicado em diário oficial e em jornal de grande circulação ou fotocópia registrada ou autenticada no Órgão Competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III - Sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no Órgão Competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV - Para as empresas que escrituram por meio do SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

- a) Termo de autenticação com a identificação do autenticador;
- b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
- c) Termo de abertura e encerramento;
- d) Requerimento de autenticação de livro digital;
- e) Recibo de entrega de livro digital.

16.2.4.1 As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano deverão apresentar balanço registrado ou autenticado no Órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da LICITANTE com a assinatura do sócio-gerente e do contador inscrito no Conselho Regional de

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

Contabilidade ou de outro profissional credenciado em instituição equivalente, como indicado abaixo:

- a) Balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;
- b) Balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

16.2.4.2 A comprovação da boa situação financeira da LICITANTE será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

- a) Do balanço referido na **alínea 'b' do SUBITEM - 16.2.4**, cujos índices de liquidez geral (LG), de solvência geral (SG) e de liquidez corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

$$\text{LG} = \frac{\text{Ativo circulante} + \text{realizável a longo prazo}}{\text{Passivo circulante} + \text{exigível a longo prazo}}$$

$$\text{SG} = \frac{\text{Ativo total}}{\text{Passivo circulante} + \text{exigível a longo prazo}}$$

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

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

b) Do balanço referido no **SUBITEM - 16.2.4.1**, cujo índice de solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (**> ou = a 1**):

Ativo total
S = -----
Passivo exigível total

16.2.4.3 Os índices de que tratam as **alíneas 'a' e 'b' do SUBITEM - 16.2.4.2** serão calculados pela licitante e confirmados pelo contador ou outro profissional responsável por sua contabilidade, mediante assinatura e indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade ou em instituição equivalente.

16.2.4.4 As LICITANTES deverão comprovar que possuem **PATRIMÔNIO LÍQUIDO – PL** igual ou superior ao valor de **R\$ 220.000,00 (DUZENTOS E VINTE MIL REAIS)**, por meio de demonstração do seu contador ou de outro profissional responsável por sua contabilidade. A demonstração deverá indicar o nome de quem a emitiu e o número do seu registro no Conselho Regional de Contabilidade ou instituição equivalente.

16.2.5 A LICITANTE também deverá incluir no **INVÓLUCRO Nº - 05** declaração firmada conforme o modelo a seguir:

DECLARAÇÃO

A) Referente a CONCORRÊNCIA Nº XX/2026 – PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE.

....., inscrita no CNPJ sob o n., por intermédio de seu representante legal, portador(a) da carteira de identidade n....., inscrito(a) no CPF sob o n., DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei n. 14.133/2021, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

(se for o caso acrescentar texto a seguir)

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

Local e data

ASSINATURA DO(A) RESPONSÁVEL

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

17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1 A Comissão de Contratação analisará os documentos de habilitação da(s) LICITANTE(S) classificada(s) no julgamento final das propostas técnicas e de preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no **ITEM - 7**, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no **ITEM – 16**, deste Edital.

17.2 Para análise da habilitação das LICITANTES, na forma do **SUBITEM - 17.1**, também serão realizadas consultas ao cadastro de fornecedores impedidos de licitar e contratar, conforme detalhamento abaixo:

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

- a) Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (www.portaldatransparencia.gov.br/ceis);
- b) Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO (www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php);
- c) Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça (www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php);
- d) Lista de Inidôneos mantida pelo Tribunal de Contas da União - TCU;
- e) Cadastro de Licitantes/Contratados Impedidos de Licitar e Contratar com a Administração Pública de Aracaju – CADIMP;
- f) Relatório de Pessoas Físicas e Jurídicas Proibidas de Contratar com o Poder Público do Tribunal de Contas do Estado de Sergipe - TCE/SE.

17.2.1) Para a consulta de fornecedores pessoa jurídica poderá haver a substituição das consultas das **alíneas “a”, “b”, “c” e “d”** acima pela Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do TCU (<https://certidoesapf.apps.tcu.gov.br/>);

17.2.2) A consulta aos cadastros será realizada em **nome da empresa fornecedora e de seu sócio majoritário**, por força do artigo 12 da Lei nº 8.429/1992, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de **pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário**.

17.2.3) Constatada a existência de sanção, o fornecedor será reputado inabilitado, por falta de condição de participação.

18. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

18.1 Na forma da **Decreto Nº8.142/2025**, alterado pelo Decreto nº:8.435/2025, esta **CONCORRÊNCIA** será processada e julgada por Comissão de Contratação, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

18.2 As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por **Subcomissão Técnica** composta por **03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou atuantes em uma dessas áreas**.

18.2.1 01 (um) dos membros da **subcomissão** não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a **SECOM**, **consoante §1º, do art. 10, da Lei n. 12.232/2010**.

18.3 A escolha dos membros da **Subcomissão Técnica** dar-se-á por sorteio realizado em sessão pública, onde serão escolhidos os nomes de uma relação com no mínimo o triplo de integrantes previamente cadastrados pela **SECOM** para integrar a subcomissão.

18.3.1 A relação dos nomes referidos no **SUBITEM - 18.3** deste edital será publicada pela **Comissão de Contratação** em prazo não inferior a **10 (dez) dias corridos** da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

18.3.2 O sorteio será processado pela Comissão de Contratação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da **Subcomissão Técnica**, de acordo com a proporcionalidade do número de membros a manter ou não vínculo com a **SECOM**, nos termos dos **SUBITEMS - 18.2.1 e 18.3**.

18.3.2.1 Depois de sorteados os **3 (três) membros da Subcomissão Técnica**, os nomes remanescentes da relação serão sorteados para definir um suplente a cada titular. O suplente poderá ser convocado na impossibilidade de participação do titular e se a sua convocação for oportuna ao estágio de julgamento em que as propostas se encontrem.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

18.3.3 A relação prevista no **SUBITEM - 18.3, deste Edital**, conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a **SECOM**.

18.3.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação do **SUBITEM - 18.3**, mediante a apresentação de justificativa para a exclusão à Comissão de Contratação.

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

18.3.6 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste **ITEM - 18**.

18.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no **SUBITEM - 18.3**.

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

18.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no **SUBITEM - 18.3.1** e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

18.4 A **Subcomissão Técnica** deve motivar o julgamento de todos os quesitos e subquesitos da proposta técnica.

18.5 Os membros da **Comissão de Contratação** e da **Subcomissão Técnica** assinarão o seguinte **Termo de Confidencialidade** que ficará nos autos do processo desta **Concorrência**:

TERMO DE CONFIDENCIALIDADE

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

Eu,, portador do CNPF n....., (membro da Comissão de Contratação ou da Subcomissão Técnica) responsável pelo (processamento ou julgamento técnico) da concorrência realizada pela SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM, ÓRGÃO INTEGRANTE DA PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE, para a contratação de até **3 (TRÊS) agências de propaganda e publicidade** pela Lei n. 12.232/2010 e pela Lei n. 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade das informações sobre as propostas técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e as informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

Comprometo-me a:

- NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas obtidas em razão da atividade exercida nesta (Comissão de Contratação ou Subcomissão Técnica) em proveito próprio ou de terceiro;
- NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;
- NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da (Comissão de Contratação ou da Subcomissão Técnica) que agora ocupo para (processamento da licitação ou análise e julgamento das Propostas Técnicas) da Concorrência em comento;
- NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados relacionados ao objeto da Concorrência;
- NÃO praticar ato nesta (Comissão de Contratação ou Subcomissão Técnica) que possa beneficiar interesse de pessoa jurídica de que eu ou meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, participe.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

- NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta (Comissão de Contratação ou Subcomissão Técnica);
- NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado;
- Como membro da Subcomissão Técnica, NÃO participar, direta ou indireta, nas sessões públicas desta licitação, as quais serão conduzidas pela Comissão de Contratação.

Local e data

ASSINATURA

19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

19.1 Serão realizadas **04 (quatro) sessões públicas**, onde se observará os procedimentos previstos neste Edital e na legislação. A cada sessão será lavrada ata circunstanciada sobre os atos e fatos dignos de registro. A **ATA** deverá ser assinada pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das LICITANTES presentes.

19.1.1 A participação de representante de qualquer LICITANTE dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no **SUBITEM - 8.1**, deste Edital.

19.1.2 Os representantes das LICITANTES presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para em seu nome tomar conhecimento e rubricar as propostas e os documentos de habilitação nas sessões públicas.

Página **57** de **135**

19.1.3 A **Comissão de Contratação** e a **Subcomissão Técnica** poderão relevar aspectos formais e materiais das propostas e dos documentos de habilitação apresentados pelas LICITANTES, desde que essas imprecisões não comprometam a lisura do certame, não prejudiquem a confidencialidade das propostas fornecidas e não afetem o adequado equilíbrio do caráter competitivo da licitação e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa.

19.1.3.1 Os erros formais e ou materiais incapazes de infringir o disposto nos **SUBITENS - 12.4.1 e 19.1.3** deste Edital deverão ser penalizados com a retirada/perda de ponto a ser definido pela **Subcomissão Técnica**.

19.1.4 Os integrantes da **Subcomissão Técnica** não poderão participar das sessões de recebimento e de abertura dos **INVÓLUCROS** das propostas técnica e de preços.

19.1.5 O julgamento final das propostas técnicas e de preços e a análise dos documentos de habilitação da(s) LICITANTE(S) classificada(s) nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

19.1.6 Antes do aviso oficial do resultado desta **CONCORRÊNCIA**, **não serão fornecidas** informações referentes à adjudicação do objeto da licitação ou à análise da avaliação ou da comparação das propostas técnicas e de preços a quem quer que seja.

19.1.7 A LICITANTE que tentar influenciar a **Comissão de Contratação** ou a **Subcomissão Técnica** no desenvolvimento da licitação e no processo de julgamento das propostas será desclassificada.

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

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

19.1.9 As LICITANTES desclassificadas ou inabilitadas terão seus **INVÓLUCROS** devolvidos depois de julgado o recurso ou expirado o prazo para interpô-lo. Não sendo possível devolver os **INVÓLUCROS** em sessão pública, esses ficarão à disposição da interessada para retirada por 30 (trinta) dias corridos contados a partir do encerramento desta **CONCORRÊNCIA**. Decorrido esse prazo sem que os **INVÓLUCROS** sejam retirados, a **SECOM** providenciará sua destruição.

PRIMEIRA SESSÃO:

19.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no **SUBITEM - 2.1, deste Edital**. A critério da Comissão de Contratação, poderá ser concedida uma tolerância de até 10 (dez) minutos para iniciar a sessão. A primeira sessão terá a seguinte pauta inicial:

- A) Identificar os representantes das LICITANTES por meio do documento exigido no **SUBITEM - 8.1 deste Edital**;
- B) Receber os **INVÓLUCROS N°s 01, 02, 03 e 04** das LICITANTES em condição de participação;
- C) Conferir se esses **INVÓLUCROS** estão em conformidade com as disposições deste Edital.

19.2.1 O **INVÓLUCRO N° - 01**, contendo a **Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária**, só será recebido pela Comissão de Contratação **se não**:

- a) Estiver identificado;
- b) Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento a possibilitar a inequívoca identificação da LICITANTE antes da abertura do **INVÓLUCRO N° - 02**;
- c) Estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais e ou demais documentos nele acondicionados de modo a

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

possibilitar a inequívoca identificação da LICITANTE antes da abertura do **INVÓLUCRO Nº - 02**.

19.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas **alíneas 'a', 'b' e 'c' do SUBITEM - 19.2.1**, a **Comissão de Contratação** não receberá o **INVÓLUCRO Nº - 01**, o que também a impedirá de receber os demais **INVÓLUCROS** da LICITANTE.

19.2.1.2 A **Comissão de Contratação** não receberá os **INVÓLUCROS** de qualquer LICITANTE retardatário após a abertura da sessão, independentemente da alegação e pretextos causadores do atraso;

19.2.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) Rubricar os **INVÓLUCROS Nºs - 02 e 04** no fecho sem abri-los. Esses permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da **Comissão de Contratação**, e separá-los dos **INVÓLUCROS Nºs - 01 e 03**;
- b) Retirar e rubricar o conteúdo dos **INVÓLUCRO Nº - 01**;
- c) Abrir os **INVÓLUCRO Nº - 03** e rubricar seu conteúdo;
- d) Colocar à disposição dos representantes das LICITANTES para exame, os documentos que constituem os **INVÓLUCROS Nºs - 01 e 03**;
- e) Informar que as LICITANTES serão convocadas para a próxima sessão na forma do **ITEM – 21**, deste Edital.

19.2.2.1 Antes do procedimento previsto na **alínea 'b' do SUBITEM - 19.2.2**, a Comissão de Contratação adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das LICITANTES possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum **Plano de Comunicação Publicitária**.

19.2.2.2 Caso a Comissão de Contratação e ou os representantes das LICITANTES identifiquem de forma inequívoca a autoria do Plano de Comunicação Publicitária ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos **INVÓLUCROS Nºs - 01 e 03**, a LICITANTE identificada será desclassificada e os

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

seus **INVÓLUCROS** ficarão de posse da Comissão de Contratação até que o recurso seja julgado ou o prazo para interposição se expire.

19.2.3 A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos **INVÓLUCROS Nº - 01** e nos documentos que compõem a **Via Não identificada do Plano de Comunicação Publicitária**.

19.2.4 Abertos os **INVÓLUCROS Nºs 01 e 03**, as LICITANTES somente poderão desistir de suas propostas por justo motivo decorrente de fato superveniente a ser aceito pela Comissão Contratação.

19.2.5 Se as LICITANTES estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no **SUBITEM - 19.2.6 e seguintes**. Caso contrário a Comissão Contratação divulgará o resultado na forma do **ITEM - 21**, abrindo-se o prazo de **03 (três) dias úteis** para a interposição de recursos.

19.2.5.1 Se houver manifestação expressa de qualquer LICITANTE de recorrer das decisões da Comissão de Contratação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do **ITEM - 21** e abrirá o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no **ITEM - 22**.

19.2.6 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência, ou ainda, tendo sido os recursos interpostos julgados, serão adotados os seguintes procedimentos:

- a) Encaminhamento do **INVÓLUCRO Nº 01** pela Comissão de Contratação **à Subcomissão Técnica** para análise das **Vias Não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária**;
- b) Análise individualizada e julgamento das **Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária pela Subcomissão Técnica**, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) Elaboração pela **Subcomissão Técnica** de **ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS** referentes aos Planos de Comunicação Publicitária e de planilha contendo as

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

pontuações e as justificativas a fundamentarem as pontuações atribuídas em cada caso. A documentação realizada pela **Subcomissão Técnica** será encaminhada à Comissão de Contratação, conjuntamente com a devolução do material recebido para avaliação;

- d) Somente depois de finalizados os procedimentos estabelecidos na **alínea anterior**, é que a Comissão de Contratação poderá encaminhar o **INVÓLUCRO Nº 03, contendo a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Solução de Problemas de Comunicação das LICITANTES, para análise da Subcomissão Técnica.**
- e) A Subcomissão Técnica fará a análise individualizada e o julgamento da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) Elaboração pela Subcomissão Técnica de **ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS** referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e de planilha contendo as pontuações e as justificativas a fundamentarem as pontuações atribuídas em cada caso. A documentação realizada pela Subcomissão Técnica será encaminhada à Comissão de Contratação, conjuntamente com a devolução do material recebido para avaliação.

19.2.6.1 Se alguma proposta técnica for desclassificada com base no **SUBITEM - 12.4.1**, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da proposta. A pontuação será registrada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.6.1.1 O disposto no subitem anterior pode ser aplicado aos casos em que a desclassificação da proposta técnica ocorra com base nas **alíneas 'b' e 'c' do SUBITEM - 12.4, deste Edital.**

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

19.2.6.1.2 O disposto nos **subitens 19.2.6.1. e 19.2.6.1.1** não se aplicam ao caso da **alínea 'a' do SUBITEM - 12.4**, em que o descumprimento de regras definidas ocasionaram a identificação inequívoca da LICITANTE antes da abertura dos **INVÓLUCROS Nº 02**.

19.2.7 As planilhas previstas nas **alíneas 'c' e 'f' do SUBITEM - 19.2.6** conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesto do:

- a) Plano de Comunicação Publicitária de cada LICITANTE;
- b) e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada LICITANTE.

SEGUNDA SESSÃO:

19.3 Após receber as atas, planilhas e demais documentos referentes ao julgamento das propostas técnicas (**INVÓLUCROS Nºs 01 e 03**) realizado pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as LICITANTES na forma do **ITEM – 21**, deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- A) Identificar os representantes das LICITANTES presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- B) Abrir os **INVÓLUCROS Nº - 02**;
- C) Cotejar o conteúdo do **INVÓLUCRO Nº - 01** e do **INVÓLUCRO Nº - 02** para identificar a autoria do Plano de Comunicação Publicitária;
- D) Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada proposta técnica;
- E) Proclamar o resultado do julgamento geral da proposta técnica;

- F) Informar que o resultado do julgamento geral das propostas técnicas será publicado na forma do **ITEM – 21** deste edital, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados em **ordem decrescente de pontuação**, abrindo-se prazo de **03 (três) dias úteis** para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165, I, 'b', da Lei n. 14.133/2021;

19.3.1 Também caberá à Subcomissão Técnica se manifestar em caso de eventuais recursos das LICITANTES, relativos ao julgamento das propostas técnicas.

TERCEIRA SESSÃO:

19.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência, ou ainda, tendo sido os recursos interpostos julgados, a Comissão de Contratação convocará as LICITANTES, na forma do **ITEM – 21**, deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das LICITANTES presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir os **INVÓLUCROS Nº - 04 (proposta de preços)**, cujos documentos serão rubricados pela Comissão de Contratação e pelos representantes das LICITANTES presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) Colocar os documentos integrantes dos **INVÓLUCROS Nº - 04** à disposição dos representantes das licitantes para exame;
- d) Realizar o procedimento previsto no **SUBITEM - 14.4** para que seja possível atribuir pontos a cada quesito da valoração da proposta de preço, a partir dos valores indicados por cada LICITANTE;

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

- e) Realizar a equação presente ao **SUBITEM - 15.3** para que seja possível a obtenção da **nota final (NF)** de cada LICITANTE **a ser classificada em ordem decrescente**;
- f) Analisar o cumprimento das exigências deste Edital pelas LICITANTES na elaboração das propostas de preços e julgá-las de acordo com os critérios especificados;
- g) Em caso de empate, realizar o procedimento previsto no **SUBITEM - 15.5**;
- h) Persistindo o empate, realizar o procedimento previsto no **SUBITEM – 15.6**;
- i) Informar que o resultado do julgamento da proposta de preço e do julgamento final das propostas técnicas e de preço será publicado na forma do **ITEM – 21**, deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de **03 (três) dias úteis** para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165, I, 'b', da Lei n. 14.133/2021.

QUARTA SESSÃO:

19.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência, ou ainda, tendo sido os recursos interpostos julgados, a Comissão de Contratação convocará as LICITANTES, na forma do **ITEM – 21**, deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das LICITANTES presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Receber e abrir os **INVÓLUCROS Nº - 05** das LICITANTES em condição de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das LICITANTES presentes ou por comissão por eles indicada;

Página 65 de 135

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

- c) Analisar a conformidade dos documentos de habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) Caso as **3 (TRÊS) LICITANTES** possuidoras da maior nota (NF) preencham as condições de habilitação exigidas no instrumento convocatório, a Comissão de Contratação deve declará-las vencedoras da licitação;
- e) Caso haja inabilitação de alguma dessa(s) LICITANTE(S), a Comissão de Contratação observará a ordem de classificação para declarar as LICITANTES subsequentes como vencedoras da licitação, até o limite de **3 (TRÊS) Agências**;
- f) Iniciados os trabalhos, em nenhuma hipótese será possível aditar ou retirar documentos ou acrescentar qualquer tipo de informação, considerando-se apenas os documentos e informações contidas originalmente nos envelopes fechados da forma como foram entregues à Comissão de Contratação.
- g) Informar:
 - g1) O resultado da habilitação;
 - g2) Que o resultado da habilitação será publicado com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados na forma do item 21 deste Edital, abrindo-se prazo de **3 (três) dias úteis** para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165, I, 'b', da Lei n. 14.133/2021;
 - g3) Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência, ou ainda, tendo sido os recursos interpostos julgados, a Comissão de Contratação publicará os nomes das LICITANTES vencedoras desta **concorrência** na forma do **ITEM – 21**, deste Edital.

20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

20.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação elaborará relatório sobre os aspectos técnico-publicitários e os dados do certame para análise da **SECRETÁRIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM**.

20.2 Após apreciação do relatório da Comissão de Contratação, a **SECRETÁRIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM** homologará ou não o resultado e aprovará ou não a adjudicação do objeto desta **concorrência** à(s) LICITANTE(s) vencedora(s).

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1 A critério da Comissão de Contratação, todas as decisões referentes a esta **concorrência** poderão ser divulgadas conforme a seguir:

- a) Nas sessões de abertura de **INVÓLUCROS**;
- b) No Diário Oficial do Município de ARACAJU/SE;
- c) Por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas LICITANTES;
- d) No portal ARACAJUCOMPRAS -
<https://www.aracajucompras.se.gov.br/portal/default.aspx>

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

22.1 Eventuais recursos referentes à presente **concorrência** deverão ser interpostos no prazo máximo de **3 (três) dias úteis** a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida a **SECRETÁRIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM**, por intermédio da Comissão de Contratação, no endereço mencionado no **SUBITEM - 2.1**.

22.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais LICITANTES, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis, em petição escrita dirigida a **SECRETÁRIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM**, por intermédio da Comissão de Contratação, no endereço mencionado no **SUBITEM - 2.1**.

22.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões) ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Contratação poderá reconsiderar a sua decisão no prazo de **03 (três) dias úteis**, ou no mesmo prazo submeter os recursos e as impugnações devidamente instruídas a **SECRETÁRIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM**, que decidirá **em até 10 (dez) dias úteis** contados a partir do recebimento dos autos.

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

22.5 Até que seja finalizado o prazo para interpor recurso ou impugnação, a Comissão de Contratação franqueará os autos do processo desta **concorrência** em local e horário a serem indicados para vistas de todos os interessados em praticar tais atos.

22.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação, inabilitação e julgamento de proposta das LICITANTES terão efeito suspensivo, o qual motivadamente pode ser ampliado a outros atos processuais pela Comissão de Contratação, se houver interesse da **SECOM**.

22.6.1. A ampliação de efeito suspensivo a outros atos processuais permite à Comissão de Contratação remarcar eventos previstos neste Edital, devendo as partes interessadas ser informadas da nova data com pelo menos **02 (dois) dias úteis** de antecedência ao evento reagendado para comparecimento.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

23. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

23.1 As despesas pelos primeiros **12 (doze) meses do contrato** resultante desta **concorrência** estão estimadas em **R\$ 27.270.000,00 (vinte e sete milhões, duzentos e setenta mil reais)**, conforme especificação a seguir:

ÓRGÃO	Dotação:Projeto/Atividade	Fonte de Recurso	de VALOR R\$
SECOM - Secretaria Municipal da Comunicação	04.131.0206.2010.33.90.39	1500	4.500.000,00
	04.131.0206.2011.33.90.39	1500	500.000,00
	04.131.0206.2312.33.90.39	1500	15.000.000,00
Total R\$			20.000.000,00

SECRETARIA	Dotação:Projeto/Atividade	Fonte de Recurso	de VALOR R\$
SEMFAS-Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente(FMDCA)	08.243.0069.2113.3.390.39	1669	350.000,00
SEMFAS-Fundo Municipal da Pessoa Idosa (FUMPI)	08.243.0069.2173.3.390.39	1669	140.000,00
SEMFAS-Fundo Municipal da Pessoa Idosa (FUMPI)	08.243.0069.2173.3.390.39	1500	60.000,00
SEMFAS	08.122.0012.2095.3.390.39	1500	100.000,00
SEMFAS	08.122.0012.2144.3.390.39	1500	150.000,00
SEMFAS	08.122.0012.2139.3.390.39	1500	50.000,00
SEMFAS	08.122.0012.2121.3.390.39	1500	50.000,00
SEMFAS	08.122.0012.2144.3.390.39	1500	25.000,00
SEMFAS	08.122.0012.2007.3.390.39	1500	50.000,00
SEMFAS	08.122.0012.2068.3.390.39	1500	100.000,00
SEMFAS	08.244.0216.2313.3.390.39	1660	30.000,00
SEMFAS	08.244.0054.2550.3.390.39	1500	75.000,00
SEMFAS	08.244.0053.2119.3.390.39	1500	25.000,00
Total R\$			1.205.000,00

SECRETARIA	Dotação:Projeto/Atividade	Fonte de Recurso	de VALOR R\$
------------	---------------------------	------------------	--------------

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

SECRETARIA	Dotação:Projeto/Atividade	Fonte de Recurso	VALOR R\$
SEC. MUN.SAÚDE-SMS	10.302.0085.2234.3.3.90.39	15001002	176.875,00
SMS	10.301.0085.2090.3.3.90.39	15001002	471.666,67
SMS	10.302.0085.2089.3.3.90.39	15001002	117.916,67
SMS	10.302.0085.2088.3.3.90.39	15001002	117.916,67
SMS	10.302.0085.2563.3.3.90.39	15001002	117.916,67
SMS	10.302.0085.2090.3.3.90.39	15001002	235.833,33
SMS	10.302.0085.2089.3.3.90.39	15000000	58.958,33
SMS	10.302.0085.2088.3.3.90.39	15000000	58.958,33
SMS	10.302.0085.2563.3.3.90.39	15001002	58.958,33
Total R\$			1.415.000,00

SECRETARIA	DFD Nº	Dotação:Projeto/Atividade	Fonte de Recurso	VALOR R\$
SEMED-Secretaria Municipal de Educação	54/2026	12.122.0213.2070.3390.3968	15001001	2.000.000,00
Total R\$				2.000.000,00

SECRETARIA	Dotação:Projeto/Atividade	Fonte de Recurso	VALOR R\$
SETUR - Secretaria Municipal do Turismo	04.131.0207.2552.33.90.39	1500	2.500.000,00
Total R\$			2.500.000,00

SECRETARIA	Dotação:Projeto/Atividade	Fonte de Recurso	VALOR R\$
SECULT - Secretaria Municipal de Cultura	12.122.0213.2006.3390.3968	1500	150.000,00
Total R\$			150.000,00
Total Geral R\$			27.270.000,00

*** Os valores acima estarão consignados no orçamento/2026 dos sobreditos órgãos.**

23.2 As despesas com o pagamento do referido objeto correrão por conta da dotação orçamentária da **SECOM** e das respectivas dotações orçamentárias dos órgãos e das entidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal que a ele aderir mediante termo de anuência ou adesão, sendo os créditos orçamentários consignados no **Orçamento de 2026**.

23.3 Em sendo optado pela **SECOM** a prorrogação do contrato que vier a ser assinado, as dotações orçamentárias deverão ser consignadas nos próximos exercícios em seu orçamento e no orçamento dos órgãos e entidades anuentes ou aderente.

23.4 A **SECOM** se reserva ao direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

23.4 A(s) CONTRATADA(S) ficará(ão) obrigada(s) a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 125 da Lei 1.4133/2021.

23.5. Os valores indicados no **SUBITEM - 23.1** serão renovados a cada vez que o contrato transcorrer o período de **12 (doze) meses**.

23.6. O preço será reajustado, com base na variação do IGP-DI - Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna, após cada 12 (doze) meses, contados da data de apresentação da proposta final na licitação. Os reajustes de preço serão formalizados por meio de simples apostilamento, de acordo com o disposto no art. 136, da Lei (Federal) nº 14.133/2021.

24. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

24.1 A LICITANTE vencedora terá o prazo de até 05 (cinco) dias contado a partir da convocação para assinar o instrumento de contrato nos moldes da minuta do **ANEXO - IV**, e o prazo de até 20 (vinte) dias contado a partir da data de assinatura do contrato para apresentar a garantia prevista no **SUBITEM - 25.1**, deste Edital.

24.1.1 Se a(s) LICITANTE(S) vencedora(s) não comparecer(em) nos prazos estipulados no **SUBITEM - 24.1** para assinar o contrato, a **SECOM** poderá convocar as LICITANTES remanescentes na ordem de classificação para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições da proposta da LICITANTE que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta **concorrência** independentemente da cominação prevista no §5º do art. 90 da Lei n. 14.133/2021.

24.2 Antes da celebração do contrato, a Comissão de Contratação consultará a validades de todas as certidões negativas de cunho social, fiscal e trabalhista.

24.3 **O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 05 (cinco) anos contados a partir do dia da sua assinatura, na forma do art. 105 da Lei n. 14.133/2021.** O Poder Executivo Municipal pode, consoante **inciso III** do mencionado dispositivo, extinguir o contrato sem ônus quando não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

24.3.1 O prazo de vigência do contrato poderá ser prorrogado temporalmente por igual período a juízo da SECOM, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 107 da Lei n. 14.133/2021.

a. A extinção do contrato poderá ser determinada:

- a) Por ato unilateral e escrito da Administração Pública, desde que o descumprimento não decorra de sua própria conduta;
- b) De forma consensual por acordo entre as partes alcançado por meio de conciliação, mediação ou intermediado por comitê de resolução de disputas, desde que haja interesse da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE;

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

- c) Por decisão arbitral em decorrência de cláusula compromissória ou compromisso arbitral;
- d) Por decisão judicial.
- i. Constituem-se motivos para extinção dos contratos, a qual será formalmente motivada nos autos de processo administrativo instaurado para assegurar o contraditório e a ampla defesa da(s) CONTRATADA(S), nos termos do art. 137 da Lei n. 14.133/2021, as seguintes situações:
 - 1. Não cumprimento ou cumprimento irregular dos prazos, dos projetos e das normas editalícias ou das cláusulas contratuais;
 - 2. Desatendimento das determinações expedidas pela autoridade superior e orientações regulamentares do fiscal designado para acompanhar a execução do contrato;
 - a. A avaliação insatisfatória de **desempenho semestral**.
 - 3. Alteração social ou modificação da finalidade ou da estrutura da agência a restringir a sua capacidade para concluir o contrato;
 - 4. Decretação de falência ou de insolvência civil, dissolução da sociedade ou falecimento do contratado;
 - 5. Caso fortuito ou força maior, devidamente comprovados, a impedir a execução do contrato;

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

6. Razões de interesse público justificadas pela autoridade máxima do órgão ou da entidade contratante.
7. A subcontratação total ou parcial do objeto previsto no **SUBITEM - 3.1, do Edital**;

24.5 A **SECOM** poderá rescindir unilateralmente e a qualquer tempo o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial. Quando a extinção decorrer de culpa exclusiva da Administração Pública, a(s) CONTRATADA(s) será(ão) ressarcida(s) pelos prejuízos regularmente comprovados que houver(em) sofrido e terá(ão) direito à devolução da garantia; a receber os valores devidos pela execução do contrato até a data de extinção; e ao pagamento do custo da desmobilização.

24.6 Em não sendo celebrado o contrato ou havendo a sua rescisão unilateral por um dos motivos relacionados no **subitem 24.4.1**, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, haverá a retenção dos créditos da(s) CONTRATADA(s) até o limite dos eventuais prejuízos causados à Administração Pública, na forma do inciso IV, do art. 139, da Lei n. 14.133/2021.

24.7 A(s) CONTRATADA(S) poderá(ão) ser apenadas com as sanções e as penalidades previstas na Lei n. 14.133/2021, neste edital e no contrato a ser firmado entre as partes.

24.8 Será responsabilidade da(s) CONTRATADA(S) cobrir todos os custos, despesas, ações e demandas que surgirem como resultado de danos causados intencionalmente ou por negligência de qualquer de seus empregados, representantes ou contratados diretos.

24.9 A(s) CONTRATADA(S) se compromete(m) a assumir todas as responsabilidades decorrentes de ações judiciais advindas do cumprimento deste Edital, do contrato assinado ou impostas por lei, incluindo processos trabalhistas.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

24.10 A(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) prestar esclarecimentos a **SECOM** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores que a envolvam, independentemente de solicitação.

24.11 A(s) CONTRATADA(S) só poderá(ão) divulgar informações sobre a prestação dos serviços desta **concorrência** a envolver o nome da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE se houver expressa autorização deste.

24.12 É vedado à(s) CONTRATADA(S) caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente **concorrência** para qualquer operação financeira.

24.13 A(s) CONTRATADA(S) se obriga(m) a manter as condições de qualificação e de habilitação exigidas nesta **concorrência** durante toda a execução do contrato, incluído o **certificado de qualificação técnica de atendimento de que trata o art. 4º e seu § 1º da Lei n. 12.232/2010**.

24.14 A **SECOM** avaliará, **semestralmente**, os serviços prestados pela contratada, nos termos do **subitem 7.11 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo - IV)**.

24.15 A(s) CONTRATADA(S) centralizará(ão) o comando da publicidade da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU em **Aracaju/SE**, onde manterão escritórios para esse fim. A(s) CONTRATADA(S) pode(rão) utilizar de suas matrizes para criação de material e se valer de representantes de outras localidades para os serviços complementares e acessórios necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

24.15.1 A(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) comprovar a instalação de estrutura de atendimento em **Aracaju/SE** compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados a PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE no prazo de 30 (trinta) dias contados da data da assinatura do contrato, sob pena de descumprimento do **SUBITEM - 5.1.2.1 da cláusula quinta do contrato**, possibilitando a Administração Pública, na forma do **SUBITEM - 24.4.1.1 do Edital**, combinado com as disposições da Lei n. 14.133/2021, rescindir o contrato unilateralmente.

25. GARANTIA

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

25.1 Será exigida garantia de **1% (um por cento) do valor total** deste Edital (**subitem 23.1**) a cada uma da(s) LICITANTE(S) em favor da **SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM** para assegurar a execução do contrato e sempre que houver prorrogações, podendo a(s) CONTRATADA(S) optar(em) por uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei n. 14.133/2021, a saber:

- A) Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- B) Seguro-garantia;
- c) Fiança bancária.

25.2 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na conta bancária identificada abaixo. A garantia realizada nesta modalidade será monetariamente atualizada para devolução, nos termos do art. 100 da Lei n. 14.133/2021. Segue:

BANCO	Nº DO BANCO	AGÊNCIA	CONTA BANCÁRIA	NOME DO FAVORECIDO E CNPJ
104	Caixa Econômica Federal	0059	000574433918-0	Secretaria Municipal de Comunicação Social – SECOM, CNPJ: 13.128.780/0039-74

25.3 Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

- 24 Seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
- 25 A apólice deverá indicar a **SECOM** como beneficiária;
- 26 Não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE.

25.4 Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

- A) Prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
- B) Expressa afirmação de que o fiador fará o pagamento a PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE como devedor solidário no caso de o afiançado não cumprir suas obrigações, independentemente de interpelação judicial;
- C) Renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
- D) Cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste Edital.

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

- A) Constar entre os previstos na legislação específica, ter valor de mercado correspondente ao valor garantido e ser reconhecido pela PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE;
- B) Ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, podendo a **SECOM** recusar o título ofertado se ausentes esses requisitos.

25.6 Após o término do contrato, a(s) CONTRATADA(S) tem o prazo de 30 (trinta) dias úteis para solicitar a liberação ou restituição da garantia. A **SECOM** realizará essa liberação após o fiscal do contrato certificar que os serviços foram executados a contento e que não há fatos ou circunstâncias que impeçam a aprovação do pedido.

25.7 Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de quaisquer obrigações, inclusive indenização a terceiros, a(s) CONTRATADA(S) deve(m) repor a quantia utilizada dentro de um prazo improrrogável de 05 (cinco) dias úteis, a contar da data de em que receber(em) a notificação expedida pela **SECOM**.

25.8 Se houver acréscimo ao valor do contrato, a(s) CONTRATADA(S) se obriga(m) a complementar a garantia no prazo máximo de 20 (vinte) dias, a contar da data que for(em) notificada(s) pela **SECOM**.

25.9 A GARANTIA deverá ser entregue na primeira sessão pública desta **concorrência**

26. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

26.1 A remuneração à(s) CONTRATADA(S) pelos serviços prestados será feita nos termos das **Cláusulas Oitava e Nona da minuta de contrato (Anexo - IV)**, consoante os preços estabelecidos em sua(s) proposta(s) de preço(s) ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no **SUBITEM - 19.4, alíneas 'f' e 'g', deste Edital**.

26.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da **Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (Anexo - IV)**.

26.3. Os eventuais planos de incentivo, bonificações ou bônus de volume (coletivamente, "Planos de Incentivo") concedidos por veículos de divulgação ou demais meios à CONTRATADA, em razão do volume de veiculação decorrente da execução deste Contrato, constituem receita exclusiva e de propriedade da CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

26.4.. A CONTRATADA não está obrigada a repassar, compartilhar ou prestar contas à CONTRATANTE sobre quaisquer valores ou benefícios decorrentes dos Planos de Incentivo, os quais não integram o equilíbrio econômico-financeiro do presente Contrato, nos termos do § 1º do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

26.5. A CONTRATADA obriga-se a escolher veículos de divulgação com base exclusivamente em critérios técnicos, pesquisas de mercado e dados comprovados, vedada a priorização de veículos em razão da concessão de Planos de Incentivo, sob pena de configuração de grave violação contratual, sujeita às sanções previstas no art. 87 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, sem prejuízo de outras medidas cabíveis..

26.6 A CONTRATADA declarará, em relatório mensal de execução, os veículos utilizados e os descontos negociados, excluídos os Planos de Incentivo, conforme art. 15 da Lei nº 12.232/2010

27. FISCALIZAÇÃO

27.1 A **SECOM** nomeará um fiscal titular e um substituto para executar a fiscalização do(s) contrato(s) resultante(s) desta **concorrência**. Eles registrarão em relatório as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas observadas na execução dos serviços. Os fiscais terão autoridade para notificar a(s) CONTRATADAS(s) e solicitar a imediata correção dos serviços em execução ou já realizados, nos termos da **Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo - IV)**.

28. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

28.1 O descumprimento total ou parcial das obrigações ensejará a aplicação de sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, se as justificativas apresentadas pelas CONTRATADAS não forem acolhidas pela SECOM, conforme estipulado na **Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato (Anexo - IV)**.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

28.2 Caso a(s) LICITANTE(S) vencedora(s) recuse(m)-se a assinar o contrato ou a constituir a garantia contratual, a **SECOM** aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação. Além disso, poderão ser aplicadas outras sanções e penalidades conforme previsto na Lei n. 14.133/2021.

28.2.1 O disposto no subitem precedente não se aplica à(s) LICITANTE(S) convocada(s) na forma do **SUBITEM - 24.1.1**.

29. DISPOSIÇÕES FINAIS

29.1 Em qualquer fase desta **concorrência** é facultada à Comissão Contratação ou a autoridade superior a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das propostas técnica e de preços ou dos documentos de habilitação.

29.1.1 A Comissão de Contratação ou a autoridade superior deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da **Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária**, até a abertura do **INVÓLUCRO Nº - 02**.

29.2 Por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação poderá realizar vistoria com o objetivo de verificar as instalações e a aparelhagem que as AGÊNCIAS classificadas no julgamento das propostas técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta **concorrência**.

29.3 Até a assinatura do contrato, a(s) LICITANTE(S) vencedora(s) poderá(ão) ser desclassificada(s) se a **SECOM** tomar conhecimento de fatos que comprometam sua classificação ou habilitação, mesmo que tais circunstâncias venham à tona após a conclusão das fases estabelecidas neste Edital.

29.3.1 Se ocorrer a desclassificação ou a inabilitação da(s) LICITANTE(S) vencedora(s) por fatos referidos no subitem precedente, a **SECOM** poderá

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

convocar a(s) LICITANTE(S) remanescente(s) por ordem de classificação ou revogar esta **concorrência**.

29.3.2 Se o contrato firmado com uma ou mais CONTRATADAS for rescindido durante sua vigência, a **SECOM** poderá convocar os remanescentes, seguindo a ordem de classificação, para dar continuidade aos serviços. Isso será possível desde que os convocados concordem com os termos e se comprometam a cumprir todas as condições e exigências estabelecidas pelas signatárias anteriores do contrato

29.4 Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (proposta técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação à **SECOM**.

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

29.6 A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica poderão relevar aspectos formais e materiais das propostas e dos documentos de habilitação apresentados pelas LICITANTES, desde que essas imprecisões não comprometam a lisura do certame, não prejudiquem a confidencialidade das propostas fornecidas e não afetem o adequado equilíbrio do caráter competitivo da licitação e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa.

29.6.1 Os erros formais e ou materiais incapazes de infringir o disposto nos **SUBITENS - 12.4.1 e 19.1.3, deste Edital**, deverão ser penalizados com a retirada/perda de ponto a ser definido pela Subcomissão Técnica.

29.7 Se houver indícios de conluio entre as LICITANTES ou de qualquer outro ato de má-fé, a **SECOM** comunicará os fatos verificados para providências devidas do **Ministério Público Estadual**.

29.8 É proibido a qualquer LICITANTE se utilizar dos meios recursais para fins de protelar e de impedir o curso normal do processo licitatório,

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

sujeitando-se às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I da Lei n. 14.133/2021.

29.9 Antes do aviso oficial do resultado desta **concorrência**, não serão fornecidas informações referentes à adjudicação do objeto da licitação ou à análise da avaliação ou da comparação das propostas técnicas e de preços a quem quer que seja.

29.10 A LICITANTE que tentar influenciar a Comissão de Contratação ou a Subcomissão Técnica no desenvolvimento da licitação e no processo de julgamento das propostas será desclassificada.

29.11 Esta **concorrência** será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado. Poderá ser revogada, independentemente da fase em que se encontre, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

29.11.1 O desenvolvimento irregular da licitação só anulará o contrato se não houver possibilidade de saneamento e se a extinção se revelar medida de interesse público, consoante art. 147 da Lei n. 14.133/2021.

29.11.1.1 A anulação do contrato requer que seja avaliado, dentre outros critérios, os impactos econômicos e financeiros decorrentes do atraso na fruição dos benefícios do objeto do contrato; riscos sociais, ambientais e à segurança da população local decorrentes do atraso na fruição dos benefícios do objeto do contrato; motivação social e ambiental do contrato; custo da deterioração ou da perda das parcelas executadas; medidas efetivamente adotadas pelo titular do órgão ou entidade para o saneamento dos indícios de irregularidades apontados; custo para realização de nova licitação ou celebração de novo contrato.

29.11.2 A **SECOM**, juntamente com quaisquer outros órgãos ou entidades que anuem ou aderem ao procedimento, tem o direito de cancelar unilateralmente as notas de empenho emitidas em virtude desta licitação e de rescindir os contratos correspondentes, sem necessidade de notificação judicial ou extrajudicial. Essa ação, no entanto, deve ser devidamente motivada e garantir à(s) CONTRATADA(S) o direito ao contraditório e à ampla defesa.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

29.12 Antes da data marcada para a abertura dos **INVÓLUCROS** com as propostas técnica e de preços, a Comissão de Contratação poderá alterar este Edital e seus anexos por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos ou impugnações. Nesta ocasião, o prazo inicialmente estabelecido para apresentação dos documentos será reaberto, exceto se a alteração não afetar a formulação das propostas.

29.13 Correrão por conta da **SECOM** as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação a ser efetivada no:

- a) Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP;
- b) No portal **ARACAJUCOMPRAS** - <https://www.aracajucompras.se.gov.br/portal/default.aspx> ;
- c) Diário Oficial do Município de Aracaju/SE;
- d) Diário Oficial da União;
- e) E sendo necessário, em Jornal de Grande Circulação;

29.14 As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Estadual, Seção Judiciária de Sergipe, com exclusão de qualquer outro foro, por mais privilegiado que seja.

29.15 Integram este Edital os seguintes anexos:

ANEXO	DETALHAMENTO
I	BRIEFING
II	MODELO DE PROCURAÇÃO
III	PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO
IV	MINUTA DE CONTRATO
V	SELEÇÃO INTERNA DAS AGÊNCIAS
VI	TERMO DE ANUÊNCIA
VII	TERMO DE ADESÃO

Aracaju/SE, 24 de março de 2026.

EDVALDO SILVA TRAVASSOS
PRESIDENTE DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO
DECRETO Nº:8.142/2025 DE 16/05/2025

THAIS APARECIDA NICOLAU HORA

Membro

JAMILE DO NASCIMENTO ABUD

MEMBRO

LUCIANA OLIVEIRA DA PAIXÃO

MEMBRO

CRISTIANO DOS SANTOS CRUZ

MEMBRO

ISABELA DANTAS SEABRA

MEMBRO

SÔNIA REGINA DE OLIVEIRA

MEMBRO

HILDA MARIA SANTOS DA MOTA

MEMBRO

Sonia Regina de Oliveira
Agente de Contratação CCL/SEPLOG
Membro Comissão de Contratação

ANEXO – I

BRIEFING

BRIEFING

1. OBJETIVO

Constitui objeto desta concorrência a Contratação de até 3 (TRÊS) agências de propaganda e publicidade para prestação de serviços de propaganda dos órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal, da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE, compreendendo, integradamente, o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, compreendendo:

- a) Ações de Publicidade e Propaganda.
- b) Elaboração de planejamento, estudo, concepção, execução e a distribuição de campanhas e peças publicitárias;
- c) Elaboração de marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos de comunicação visual e a execução de todas as ações descritas pormenorizadamente no objeto do presente Edital, com a exclusão de qualquer outra ali não aposta, para os órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal.

Essas ações devem ser desenvolvidas tendo em vista a missão primordial da SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL, a saber:

- a) Prestação de contas à população das ações, projetos, programas e posicionamentos da Prefeitura de Aracaju, ao mesmo tempo dever do poder público e direito do cidadão, consagrado na Constituição Federal.
- b) Prestar à população serviços de utilidade pública e cidadania, no sentido de facilitar o acesso dos cidadãos aos bens e serviços fornecidos pelo município, proporcionando aos cidadãos aracajuano o conhecimento pleno dos seus direitos e deveres em termos da vida social e cidadã.
- c) Dar publicidade e apoio à realização de projetos e programas do poder municipal. A comunicação da Prefeitura de Aracaju deverá ser pensada como um elemento da sua política estratégica.
- d) Valorização de Aracaju. Reconhecendo seu papel como política pública, a comunicação da Prefeitura deverá também servir como ferramenta de elevação da autoestima do cidadão aracajuano.

PEÇA TÉCNICA PARA AVALIAÇÃO DAS PROPONENTES

Tema da Campanha:

“Aracaju é Verão. Cultura, Sabor e Emoção.”

1. Contextualização

“Uma Nova Cidade” não é apenas um slogan, é o reflexo de uma nova forma de governar Aracaju, com cuidado, inovação e compromisso com as pessoas. A gestão municipal vem construindo um novo tempo para a cidade, pautado na escuta ativa da população, no fortalecimento da identidade local e na promoção do desenvolvimento humano, urbano e cultural.

Nesse contexto, a **Temporada de Verão 2026/2027**, que ocorrerá em quatro meses, representa uma oportunidade de consolidar Aracaju como **destino turístico e cultural do Nordeste**, unindo tradição e inovação. A ideia é tratar o verão como **um roteiro completo de experiências**, fortalecendo o turismo, a cultura e a economia criativa da cidade.

Serão realizados eventos de grande impacto como:

- L) **Festival da Virada** (31 de dezembro a 4 de janeiro, com atrações musicais nacionais e locais);
- M) **Verão Caju** (séries de shows de artistas locais, oficinas, feiras e intervenções culturais em espaços públicos);
- N) **Competições Esportivas de Verão** (com destaque para esportes de praia e ações de incentivo à prática esportiva. Locais: Orla de Atalaia, Orla Pôr do Sol, Orlinha do Bairro Industrial, 13 de Julho, Parque da Sementeira);
- O) **Festival Culinário Sabores de Aracaju** (exaltando a diversidade da gastronomia local.);
- P) **Visitação Guiada aos Pontos Turísticos e Culturais** (com programação educativa e acessível para moradores e turistas).

Esta campanha será a materialização do conceito de uma cidade viva, que se reinventa para acolher, encantar e transformar. **No verão, Aracaju é mais que um destino, é uma experiência.**

2. Tarefas das Licitantes

Anexo(s): **Elaborar estratégia de comunicação integrada** para divulgação da Temporada de Verão 2026/2027, alinhada ao conceito de “Uma Nova Cidade”, com foco em turismo, cultura, lazer e pertencimento.

Anexo(s): **Apresentar campanha publicitária completa**, com peças criativas para diferentes mídias e formatos, que promovam a imagem de Aracaju como um destino atrativo no verão.

Anexo(s): **Demonstrar, por meio de peças publicitárias representativas**, a aplicação da estratégia nas diferentes frentes do projeto (eventos, serviços, mobilização da população, turismo), promovendo uma comunicação institucional unificada.

3. Desafios de Comunicação

- f) **Posicionar Aracaju como destino turístico de verão no Nordeste**, concorrendo com grandes centros regionais e nacionais.
- g) **Consolidar a imagem da gestão municipal como moderna, acolhedora e promotora da cultura local**, evidenciando seu compromisso com a população e com o desenvolvimento da cidade.
- h) **Atrair turistas de cidades vizinhas e estados próximos** (como Bahia e Alagoas), utilizando linguagem afetiva, imagens inspiradoras e estratégias de engajamento.

4. Resultados Esperados

- a) **Divulgação ampla do calendário e atrações da temporada**, por meio de ações em mídias tradicionais e digitais;
- b) **Fortalecimento do sentimento de pertencimento dos aracajuanos**, estimulando a ocupação saudável dos espaços públicos;
- c) **Aumento no fluxo de visitantes em Aracaju** durante o verão, com impacto direto no setor hoteleiro, comércio e serviços;
- d) **Projeção nacional da imagem de Aracaju como cidade criativa, turística e cultural**.

5. Período da Ação de Comunicação **Novembro de 2026 a Fevereiro de 2027**

(com intensificação entre 10 de dezembro e 15 de fevereiro)

6. Investimento Publicitário **Verba estimada:**

R\$ 1.800.000,00 (um milhão e oitocentos mil reais)
(Considerar apenas os valores de veiculação e produção, excluindo-se os valores de criação, honorários e desconto padrão)

7. Praças Alvo

- b) Aracaju e demais municípios de Sergipe
- c) Salvador e região metropolitana (Bahia)
- d) Maceió e litoral sul de Alagoas

8. Canais Oficiais da Prefeitura de Aracaju

15 **Site:** www.aracaju.se.gov.br

16 **Instagram:** [instagram.com/prefaracaju](https://www.instagram.com/prefaracaju)

17 **YouTube:** [youtube.com/@prefeiturade aracajuoficial](https://www.youtube.com/@prefeiturade aracajuoficial)

18 **TikTok:** [tiktok.com/@prefaracaju](https://www.tiktok.com/@prefaracaju)

19 **Facebook:** [facebook.com/prefaracaju](https://www.facebook.com/prefaracaju)

20 **Twitter/X:** twitter.com/prefdearacaju

9. Conceito Norteador da Comunicação

“Aracaju é Verão. Cultura, Sabor e Emoção.”

O verão em Aracaju é mais do que calor e sol: é uma oportunidade de viver a cidade em sua plenitude, com música, sabores, alegria, cuidado e tradição. A campanha deve traduzir esse sentimento, promovendo experiências que conectem a população com sua cidade e encantem os visitantes com o que Aracaju tem de melhor.

ANEXO - II

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial etc.)

Outorgado

O representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na CONCORRÊNCIA Nº **001/2026**.

Poderes

Apresentar propostas e documentos de habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas propostas e documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

.....-../.....de de 2026

EMPRESA
CARGO E NOME

Observações: Se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da LICITANTE e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.

ANEXO - III

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

A) PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 12.690/2026: CONCORRÊNCIA Nº 001/2026 – SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL / PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE

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

a) Desconto, a ser concedido a **PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE**, sobre os custos internos dos serviços realizados por esta LICITANTE, baseados na tabela referencial de preços do **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Sergipe**: ____ % (____ por cento);

b) Honorários, a serem cobrados da **PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE**, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: ____ % (____ por cento);

c) Honorários, a serem cobrados da **PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE**, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição **não proporcione** a esta LICITANTE o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n. 4.680/1965: ____ % (____ por cento).

....., de.....de 2026

(nome da LICITANTE)

Representante legal

ANEXO - IV

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO Nº **XX**/2026
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2026
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 12.690/2026

B) QUALIFICAÇÃO DA CONTRATANTE:

A PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU, representada pela SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM, órgão integrante da Administração Direta do Poder Executivo Municipal.	
ENDEREÇO:	RUA FREI LUIZ CANOLO DE NRONHA, 42, BAIRRO PONTO NOVO, ARACAJU/SE
CNPJ N.	13.128.780/0039-74
CIDADE/UF:	ARACAJU/SE
REPRESENTANTE LEGAL:	GLEICE ANE QUEIROZ
ESTADO CIVIL:	XXXXXXXXXXXXXXXXXX
PROFISSÃO:	JORNALISTA
CPF Nº:	XXXXX

C) QUALIFICAÇÃO DA CONTRATADA:

RAZÃO SOCIAL:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
NOME DE FANTASIA:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

CNPJ:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
ENDEREÇO:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
TELEFONE:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
E-MAIL:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
REPRESENTANTE LEGAL:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CPF Nº:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

D) QUALIFICAÇÃO DA CONTRATADA:

RAZÃO SOCIAL:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
NOME DE FANTASIA:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CNPJ:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
ENDEREÇO:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
TELEFONE:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
E-MAIL:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
REPRESENTANTE LEGAL:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CPF Nº:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

E) QUALIFICAÇÃO DA CONTRATADA:

RAZÃO SOCIAL:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
NOME DE FANTASIA:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CNPJ:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
ENDEREÇO:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
TELEFONE:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
E-MAIL:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
REPRESENTANTE LEGAL:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CPF Nº:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições das Leis Nacionais nºs 4.680/1965, n. 12.232/2010 e n. 14.133/2021.

1.2 As condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela(s) LICITANTE(S) vencedora(s) que tenham servido de base para o julgamento da **Concorrência Pública nº 001/2026** e a(s) proposta(s) de preço(s) negociada(s) com a(s) adjudicadas serão integrados ao este contrato, independentemente de transcrição.

CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO

2.1 Contratação de até **3 (TRÊS) agências de propaganda e publicidade** para prestação de serviços de propaganda dos órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal, da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE, compreendendo, integradamente, o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

2.1.1 Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) A produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários (de mídia ou não mídia) criados;

b) Ao planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária;

c) A criação, a implementação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinados a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

d) A contratação dos serviços direcionados ao planejamento, criação, programação e manutenção de páginas eletrônicas da

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

administração pública, ao monitoramento e gestão de suas redes sociais e a otimização de páginas e canais digitais para mecanismos de buscas e produção de mensagens, infográficos, painéis interativos e conteúdo institucional

2.1.1.1 A contratação dos serviços elencados no **SUBITEM – 2.1** tem como objetivo primeiro o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito a informação, a difusão de ideias, princípios, iniciativas ou instituições e a informação ao público em geral.

2.1.1.2 O estudo e o planejamento previstos no **SUBITEM – 2.1** objetivam a proposição estratégica das campanhas publicitárias para alcance dos objetivos de comunicação e a superação dos desafios apresentados, contemplando meios de comunicação e divulgação tradicionais (*off-line*) e digitais (*on-line*), e sempre que possível os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na **alínea 'b' do SUBITEM - 2.1.1** terão a finalidade de:

a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Poder Executivo Municipal, o público-alvo e os veículos de comunicação ou de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.1.2 É vedado incluir outros serviços não previstos no **SUBITEM – 2.1.1**, em especial as atividades de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas, de promoção e de patrocínio e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 Não se inclui no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

2.2 Em conformidade com o art. 3º da Lei n. 4.680/1965, a(s) CONTRATADA(S) atuará(ão) por ordem e conta do CONTRATANTE na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados para a execução das atividades complementares de que trata o **SUBITEM – 2.1.1**, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3 A(s) CONTRATADA(S) não poderá(ão) subcontratar outra agência de publicidade e propaganda para a execução de serviços previstos no **SUBITEM – 2.1** desta **Cláusula Segunda**.

CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA

3.1 O contrato terá duração de **12 (DOZE) MESES** contados a partir do dia da sua assinatura, na forma do art. 105 da Lei n. 14.133/2021. A PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE pode, consoante inciso III do mencionado dispositivo, extinguir o contrato sem ônus quando não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

3.1.1 O prazo de vigência do contrato poderá ser prorrogado temporalmente por igual período a juízo da **SECOM**, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 107 da Lei n. 14.133/2021.

3.1.2 A prorrogação fica condicionada a avaliação satisfatória de desempenho da(s) CONTRATADA(S), a ser procedida pelo CONTRATANTE e aprovada pela **SECRETÁRIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM**.

CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

4.1 As despesas pelos primeiros **12 (doze) meses deste contrato** estão estimadas em **R\$ 27.270.000,00 (vinte e sete milhões, duzentos e setenta mil reais)**, conforme especificação a seguir:

ÓRGÃO	Dotação:Projeto/Atividade	Fonte de Recurso	VALOR R\$
SECOM - Secretaria Municipal da Comunicação	04.131.0206.2010.33.90.39	1500	4.500.000,00
	04.131.0206.2011.33.90.39	1500	500.000,00
	04.131.0206.2312.33.90.39	1500	15.000.000,00
Total R\$			20.000.000,00

SECRETARIA	Dotação:Projeto/Atividade	Fonte de Recurso	VALOR R\$
SEMFAS-Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente(FMDCA)	08.243.0069.2113.3.390.39	1669	350.000,00
SEMFAS-Fundo Municipal da Pessoa Idosa (FUMPI)	08.243.0069.2173.3.390.39	1669	140.000,00
SEMFAS-Fundo Municipal da Pessoa Idosa (FUMPI)	08.243.0069.2173.3.390.39	1500	60.000,00
SEMFAS	08.122.0012.2095.3.390.39	1500	100.000,00
SEMFAS	08.122.0012.2144.3.390.39	1500	150.000,00
SEMFAS	08.122.0012.2139.3.390.39	1500	50.000,00
SEMFAS	08.122.0012.2121.3.390.39	1500	50.000,00
SEMFAS	08.122.0012.2144.3.390.39	1500	25.000,00
SEMFAS	08.122.0012.2007.3.390.39	1500	50.000,00
SEMFAS	08.122.0012.2068.3.390.39	1500	100.000,00
SEMFAS	08.244.0216.2313.3.390.39	1660	30.000,00
SEMFAS	08.244.0054.2550.3.390.39	1500	75.000,00
SEMFAS	08.244.0053.2119.3.390.39	1500	25.000,00
Total R\$			1.205.000,00

SECRETARIA	Dotação:Projeto/Atividade	Fonte de Recurso	VALOR R\$
SEC. MUN.SAÚDE-SMS	10.302.0085.2234.3.3.90.39	15001002	176.875,00
SMS	10.301.0085.2090.3.3.90.39	15001002	471.666,67
SMS	10.302.0085.2089.3.3.90.39	15001002	117.916,67
SMS	10.302.0085.2088.3.3.90.39	15001002	117.916,67
SMS	10.302.0085.2563.3.3.90.39	15001002	117.916,67
SMS	10.302.0085.2090.3.3.90.39	15001002	235.833,33

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

SECRETARIA	Dotação:Projeto/Atividade	Fonte de Recurso	VALOR R\$
SMS	10.302.0085.2089.3.3.90.39	15000000	58.958,33
SMS	10.302.0085.2088.3.3.90.39	15000000	58.958,33
SMS	10.302.0085.2563.3.3.90.39	15001002	58.958,33
Total R\$			1.415.000,00

SECRETARIA	Dotação:Projeto/Atividade	Fonte de Recurso	VALOR R\$
SETUR - Secretaria Municipal do Turismo	04.131.0207.2552.33.90.39	1500	2.500.000,00
Total R\$			2.500.000,00

SECRETARIA	DFD Nº	Dotação:Projeto/Atividade	Fonte de Recurso	VALOR R\$
SEMED-Secretaria Municipal de Educação	54/2026	12.122.0213.2070.3390.3968	15001001	2.000.000,00
Total R\$				2.000.000,00

SECRETARIA	Dotação:Projeto/Atividade	Fonte de Recurso	VALOR R\$
SECULT - Secretaria Municipal de Cultura	12.122.0213.2006.3390.3968	1500	150.000,00
Total R\$			150.000,00
Total Geral R\$			27.270.000,00

*** Os valores acima estarão consignados no orçamento/2026 dos sobreditos órgãos.**

.2 As despesas com o pagamento do referido objeto correrão por conta da dotação orçamentária da **SECOM** e das respectivas dotações orçamentárias dos órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal que a ele aderir ou anuir.

4.3 Em sendo optado pela **SECOM** a prorrogação do contrato, as dotações orçamentárias deverão ser consignadas nos próximos exercícios

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

em seu orçamento e no orçamento dos órgãos e entidades anuentes ou aderentes.

4.4 Ao critério da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE, a verba pode ou não ser utilizada na totalidade de recursos previstos.

4.5 A(s) CONTRATADA(S) ficará(ão) obrigada(s) a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 125 da Lei 1.4133/2021.

4.5 Os valores indicados no **SUBITEM - 4.1** serão renovados a cada vez que o contrato transcorrer o período de **12 (doze) meses**.

4.6 O preço será reajustado, com base na variação do IGP-DI - Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna, após cada **12 (doze) meses**, contados da data de apresentação da proposta final na licitação. Os reajustes de preço serão formalizados por meio de simples apostilamento, de acordo com o disposto no art. 136, da Lei (Federal) nº 14.133/2021.

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DAS CONTRATADAS

5.1 Constituem obrigações da(s) CONTRATADA(S), além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

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

5.1.2 Centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE em Aracaju/SE, onde manterá escritório para esse fim. A(s) CONTRATADA(S) pode(rão) utilizar de suas matrizes para criação de material e se valer de representantes de outras localidades para os serviços complementares e acessórios necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1 Comprovar a instalação de estrutura de atendimento em Aracaju/SE no prazo de **30 (trinta) dias contados da data da assinatura deste**

contrato. A estrutura de atendimento deve ser compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE. Essa deverá possuir, no mínimo, dos seguintes profissionais:

- - Um na área de planejamento;
- - Um na área de atendimento;
- - Uma dupla na área de criação;
- - Um na área de mídia; e
- - Um na área administrativa.

5.1.3 Realizar com seu próprio recurso todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, além de contratar fornecedores especializados e veículos de comunicação que atendam as necessidades de comunicação e que estejam em conformidade com as exigências de habilitação do certame e com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.

5.1.4 Utilizar os profissionais indicados na proposta técnica da **concorrência** que deu origem a este ajuste na elaboração dos serviços objeto deste contrato, sendo admitida a substituição dos funcionários indicados em proposta por outros profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação para transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas.

5.1.5.1 Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da(s) CONTRATADA(S), incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

5.1.5.1.1 O disposto no **SUBITEM - 5.1.5.1** não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à(s) CONTRATADA(S) e a outras AGÊNCIAS, nos termos do art. 18 da Lei n. 12.232/2010.

5.1.5.2 Transferir o desconto de antecipação de pagamento ao CONTRATANTE, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.5.3 Abster-se de sobrepor os planos de incentivo aos interesses do CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no **SUBITEM - 5.1.5.3** constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da(s) CONTRATADA(S), submetendo-a(s) a processo administrativo, que implicará, se comprovada a conduta, a aplicação das sanções previstas neste pacto.

5.1.6 Negociar as melhores condições de preço nas reutilizações de peças publicitárias, obras consagradas e direitos autorais e patrimoniais de terceiros pelo CONTRATANTE, sendo os percentuais constantes dos **SUBITENS - 10.2.1.1 e 10.2.2** da **Cláusula Décima** os limites máximos para tanto.

5.1.7 A(s) CONTRATADA(S) deve(m) observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE:

I - Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - Apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado e no ramo do fornecimento pretendido;

III - Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos, bens ou serviços que a compõe, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

IV – Apresentar cotação original impressa em papel timbrado com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

V – Juntar na cotação apresentada os comprovantes de inscrição do fornecedor no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido, acompanhado das certidões de regularidade fiscal e social.

VI – Certificar-se de que cada orçamento encaminhado contenha a seguinte declaração, assinada por um funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação: “Atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

5.1.7.1 Coletar orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, que serão abertos em sessão pública a ser convocada e realizada pelo CONTRATANTE.

5.1.7.2 Possibilitar ao CONTRATANTE a verificação da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

5.1.7.3 Apresentar por escrito as justificativas pertinentes ao fiscal deste contrato, **com cópia para a Diretoria de Marketing**, caso não seja possível obter três (3) cotações para atender às demandas do CONTRATANTE

5.1.7.3.1 As disposições do **SUBITEM - 5.1.7** não se aplicam à compra de mídia.

5.1.7.5 Informar por escrito aos fornecedores de bens e de serviços especializados sobre as condições estabelecidas na **Cláusula Décima** para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

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

5.1.8.1 Somente realizar a contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a(s) CONTRATADA(S) ou seus empregados tenham participação societária, direta ou indireta, ou qualquer vínculo comercial, após comunicar ao CONTRATANTE esse vínculo e obter sua aprovação.

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

5.1.9.1 Responsabilizar-se, mesmo diante da autorização a que se refere o subitem precedente, pela escolha e inclusão de veículos nos planejamentos de mídia que apresentará para as ações publicitárias que serão executadas durante a vigência deste contrato.

5.1.9.1.1 Somente reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de comunicação e de divulgação por ordem e conta do CONTRATANTE, devendo previamente identificar o que tiver sido por ele expressamente autorizado.

5.1.9.1.2 Providenciar Termo de Conduta quando da programação de veículo de comunicação e de divulgação *on-line*, onde a(o) beneficiada(o) se responsabiliza pelo(s) conteúdo(s) do(s) seu(s) sites e de parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

5.1.10 Apresentar ao CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no **SUBITEM - 11.3** da **Cláusula Décima Primeira**, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei n. 12.232/2010.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

5.1.11 Apresentar ao CONTRATANTE, como alternativa ao **SUBITEM - 5.1.10**, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no **SUBITEM – 11.3** da **Cláusula Décima Primeira**, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei n. 12.232/2010.

5.1.11.1 O estudo de que trata o **SUBITEM - 5.1.11** deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação do CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a(s) CONTRATADA(S).

5.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no **SUBITEM - 5.1.11.1** vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 06 (seis) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.11.1.2 Ao final do período de 06 (seis) meses, a(s) CONTRATADA(S) apresentará(ão) novo estudo, que vigorará durante os 06 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.11.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no **SUBITEM - 5.1.11**, o CONTRATANTE solicitará novo estudo à(s) CONTRATADA(S) e, em decorrência, poderá realizar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.12 Encaminhar sem ônus para o CONTRATANTE as seguintes comprovações:

a) TV e Cinema: uma cópia em XDCAN,DVD ou arquivos digitais;

b) Internet: uma cópia em CD, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;

c) Rádio: uma cópia em CD, com arquivo áudio e mp3;

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

d) Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em CD, com arquivos nas versões aberta – com as fontes e imagens em alta resolução – e finalizada.

5.1.12.1 A(s) CONTRATADA(S) está(ão) ciente(s) de que deverá(ão) incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação a fornecedores de serviços especializados, no sentido de que a produção de peças publicitárias a serem veiculadas em emissoras de televisão e em salas cinematográficas deverá considerar o disposto nos arts. 43 e 44 da Lei n. 12.288/2010 (Estatuto da Igualdade Racial)

5.1.12.2 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD.

5.1.13 Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no **SUBITEM - 5.1.12**, durante o mínimo de 05 (cinco) anos após a extinção deste contrato.

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

5.1.14.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no **SUBITEM -5.1.12**.

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

5.1.16 Se houver imprecisão no registro dos assuntos tratados, o CONTRATANTE solicitará a necessária correção.

5.1.17 Tomar providências em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, comunicando o CONTRATANTE e respeitando as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da(s) CONTRATADA(S) pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências.

5.1.18 Só divulgar informações sobre a prestação dos serviços deste contrato a envolver o nome da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE se houver expressa autorização deste.

5.1.19 Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores, independentemente de solicitação.

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

5.1.21 Manter todas as condições de habilitação exigidas na **concorrência** que deu origem a este ajuste durante a sua execução, incluída a certificação de qualificação técnica de atendimento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei n. 12.232/2010.

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

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

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

5.1.25 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial desses, e ainda responder pelos tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

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

5.1.27 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços e com veículos de comunicação e de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e o próprio CONTRATANTE.

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

5.1.29 Responder perante o CONTRATANTE e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

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

5.1.31 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativa e ou judiciais que possam ser atribuídas por força de lei ou decorram do cumprimento do presente contrato.

5.1.31.1 Adotar as providências necessárias se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, para preservar o CONTRATANTE e mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza. Reembolsar ao CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar em caso de condenação, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.32 Responder por qualquer ação administrativa e ou judicial movida por terceiros com base na legislação de direito de propriedade material, intelectual e autoral relacionada aos serviços objeto deste contrato.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

5.1.33 Transferir no prazo de até 48 (quarenta e oito) horas aos prestadores de serviço e/ou veículos de comunicação, os valores confirmados pela **SECOM** e pelos órgãos e entidades anuentes ou aderentes.

5.1.34 Adotar boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição na execução dos serviços, conforme disposto no art. 5º da Lei n. 14.133/2021.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

6.1 Constituem obrigações do CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- A) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- B) Comunicar à(s) CONTRATADA(S) formalmente, sobre toda e qualquer orientação para execução dos serviços, os entendimentos orais determinados pela urgência deverão ser realizados por escrito no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;
- C) Fornecer e colocar à disposição da(s) CONTRATADA(S) todos os elementos e informações necessários à execução dos serviços;
- D) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- E) Notificar a(s) CONTRATADA(S) sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- F) Notificar a(s) CONTRATADA(S) sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

G) Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados pela(s) CONTRATADA(S);

6.2 Utilizar ou não a campanha publicitária integrante da proposta técnica apresentada pela(s) CONTRATADA(S) na **concorrência** que deu origem a este contrato com ou sem modificações, durante a sua vigência.

6.3 Realizar, conforme estabelecido no **Anexo – V**, do Edital – **CONCORRÊNCIA Nº 001/2026**, a seleção dos materiais e das peças que originarão as ações de comunicação, as peças e/ou campanhas publicitárias.

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1 Serão nomeados um fiscal titular e um substituto para executar a fiscalização do contrato. Eles registrarão em relatório as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas observadas na execução dos serviços. Os fiscais terão autoridade para notificar a(s) CONTRATADAS(s) e solicitar a imediata correção dos serviços em execução ou já realizados.

7.1.1.1 Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao Fiscal verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pelas CONTRATADA(S).

7.2 A fiscalização pelo CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade da(s) CONTRATADA(S) pela perfeita execução dos serviços.

7.3 A(s) CONTRATADA(S) somente poderão executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do CONTRATANTE.

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

7.5 A(s) CONTRATADA(S) adotará(ão) as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada a suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o CONTRATANTE.

7.6 A aprovação dos serviços executados pela(s) CONTRATADA(S) ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.7 A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a(s) CONTRATADA(S) das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.8 Durante a vigência deste contrato ou até depois de sua extinção, a(s) CONTRATADA(S) permitirá(ão) e oferecerá(ão) condições amplas de fiscalização, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.9 A(s) CONTRATADA(S) se obriga(m) a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

7.10 Ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela(s) CONTRATADA(S).

7.11 O CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

7.11.1 A avaliação semestral será considerada pelo CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar correções que visem a melhorar a

qualidade dos serviços prestados pela(s) CONTRATADA(S); decidir sobre prorrogação da vigência do contrato ou sua rescisão contratual; fornecer declarações de desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1 Pelos serviços prestados, a(s) CONTRATADA(S) será(ão) remunerada(s) e ressarcida(s) conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1 Honorários de % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição **não proporcione** à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n. 4.680/1965, de que trata o **SUBITEM - 9.1**.

8.1.1.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da(s) CONTRATADA(S).

8.1.2 Honorários de % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

8.1.2.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da(s) CONTRATADA(S).

8.1.3(..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do **Sindicato das Agências de Propaganda de Sergipe**, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

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

8.1.3.2 Antes do início dos serviços deste contrato, a(s) CONTRATADA(S) se compromete(m) a apresentar a tabela referencial de preços do **Sindicato das Agências de Propaganda de Sergipe** com os preços a serem cobrados do CONTRATANTE.

8.2 A(s) CONTRATADA(S) não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

8.3 Despesas com deslocamento de profissionais da(s) CONTRATADA(S), de seus representantes ou de fornecedores por ela(s) contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão ser ressarcidas por seu valor líquido, sem cobrança de honorários pela(s) CONTRATADA(S), desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE.

8.3.1 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da(s) CONTRATADA(S), de seus representantes ou de fornecedores por ela(s) contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

8.4 A(s) CONTRATADA(S) não fará(ão) jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização de créditos concedidos por veículos de divulgação ao CONTRATANTE, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.5 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas na prorrogação deste contrato.

8.6. Os eventuais planos de incentivo, bonificações ou bônus de volume (coletivamente, "Planos de Incentivo") concedidos por veículos de divulgação ou demais meios à CONTRATADA, em razão do volume de veiculação decorrente da execução deste Contrato, constituem receita

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

exclusiva e de propriedade da CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

8.7.. A CONTRATADA não está obrigada a repassar, compartilhar ou prestar contas à CONTRATANTE sobre quaisquer valores ou benefícios decorrentes dos Planos de Incentivo, os quais não integram o equilíbrio econômico-financeiro do presente Contrato, nos termos do § 1º do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

8.8. CONTRATADA obriga-se a escolher veículos de divulgação com base exclusivamente em critérios técnicos, pesquisas de mercado e dados comprovados, vedada a priorização de veículos em razão da concessão de Planos de Incentivo, sob pena de configuração de grave violação contratual, sujeita às sanções previstas no art. 87 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

8.9. A CONTRATADA declarará, em relatório mensal de execução, os veículos utilizados e os descontos negociados, excluídos os Planos de Incentivo, conforme art. 15 da Lei nº 12.232/2010

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na **Cláusula Oitava**, a(s) CONTRATADA(S) fará(ão) jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/1965.

9.2 As CONTRATADAS reverterão a PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE, com base no investimento bruto anual da mídia, parcela do **“desconto padrão de agência” no percentual de 2%, 3% e/ou 5%**, conforme indicado no **ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS / BENEFÍCIOS das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP.**

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1 A(s) CONTRATADA(S) cede(m) ao CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas **Cláusulas Oitava e Nona** deste contrato.

10.1.2 O CONTRATANTE a seu juízo poderá durante a vigência deste contrato utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a(s) CONTRATADA(S), seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.1.3 A juízo do CONTRATANTE, as peças criadas pela(s) CONTRATADA(S) poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Municipal, sem qualquer ônus perante a(s) CONTRATADA(S).

10.1.3.1 Caberá aos órgãos e/ou entidades, diretamente ou por intermédio das AGÊNCIAS de propaganda com que mantenham contrato, realizar o acordo comercial com os detentores dos direitos de autor e conexos relacionados à produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2 Com vistas às contratações para a execução de serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei n. 9.610/1998, a CONTRATADA solicitará aos fornecedores que prevejam nos seus orçamentos a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pelo CONTRATANTE.

10.2.1 A(s) CONTRATADA(S) utilizará(ão) os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro do estipulado no ato de cessão. A execução do serviço está condicionada a transcrição dos limites definidos para sua utilização no orçamento ou no contrato do terceiro, onde o fornecedor de bem ou do serviço garanta a cessão de direito ao CONTRATANTE pelo prazo e condições estabelecidas nos **SUBITENS - 10.2.1.1 a 10.2.3**.

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

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

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

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

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos **SUBITENS - 10.2.1.1 e 10.2.2**, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

10.4 A(s) CONTRATADA(S) se obriga(m) a fazer constar em todos os orçamentos de produção, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos.

10.5 A(s) CONTRATADA(S) se obriga(m) a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e serviços especializados, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

10.5.1 Que o CONTRATANTE poderá solicitar pelo prazo de 05 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em DVD.

10.5.2 A seu juízo, o CONTRATANTE poderá utilizar a cessão dos direitos patrimoniais do autor durante a vigência deste contrato, diretamente ou por intermédio de terceiros sem qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

10.5.3 Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão de direitos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.6 O CONTRATANTE poderá veicular as peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal. Nesses casos, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos e o submeterá previamente ao CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo CONTRATANTE, a(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) apresentar:

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

I - A correspondente Nota Fiscal Eletrônica, que será emitida sem rasura, em nome do CONTRATANTE, destacando o seu CNPJ, o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do banco, nome e número da agência e número da conta;

II - A primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e serviços especializados ou do veículo de comunicação ou de divulgação, será emitida em nome da CONTRATANTE ou dos demais órgãos e entidades anuentes ou aderentes;

III - Os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela(s) CONTRATADA(S) ao CONTRATANTE, no seguinte endereço:

F) LOCAL: SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

G) ENDEREÇO: RUA FREI LUIS CANOLO DE NORONHA, 42, CONJUNTO COSTA E SILVA, BAIRRO PONTO NOVO, ARACAJU/SE, CEP 49.097-270

11.1.2 As notas fiscais emitidas pela(s) CONTRATADA(S) devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

“Atestamos que todos os produtos/serviços descritos no presente documento, prestados por fornecedores de bens ou de serviços especializados ou por veículos de comunicação e de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela **SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM**, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

11.1.3 O Fiscal deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumprida pela(s) CONTRATADA(S) todas as condições pactuadas.

11.2 As liquidações e os pagamentos de despesas serão precedidos das seguintes providências a cargo da(s) CONTRATADA(S):

I - Serviços executados pela(s) CONTRATADA(S):

a) Honorários incidentes sobre serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, acompanhados de certidões negativas de natureza fiscal e social, relativos ao período de faturamento, mínimo de 30 dias;

b) Ressarcimento da execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, acompanhados de certidões negativas de natureza fiscal e social, relativos ao período de faturamento, mínimo de 30 dias.

II - Serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) Produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, acompanhados de certidões negativas de natureza fiscal e social, relativos ao período de faturamento, mínimo de 30 dias;

b) Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, acompanhados de certidões negativas de natureza fiscal e social, relativos ao período de faturamento, mínimo de 30 dias.

21 Veiculação: apresentação dos documentos de cobrança, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, certidões negativas de natureza fiscal e social, indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do **inciso, III do subitem 11.3.**

11.2.1 Na ocorrência de falha na programação de mídia, a(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) reemitir a documentação para abater o valor não realizado.

11.2.1.1 As despesas com distribuição de peças e material de não mídia realizada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na **alínea 'a', do inciso II, do subitem 11.2.**

11.3 No tocante à veiculação, além do previsto na **alínea 'c', do inciso II, do SUBITEM - 11.2,** a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - Demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos **SUBITENS - 5.1.10 ou 5.1.11**, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.3.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos **SUBITENS - 5.1.10 ou 5.1.11**, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) apresentar:

- a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de comunicação ou de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data,

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

A1) Como alternativa ao procedimento previsto na **alínea 'a'**, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de comunicação ou de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista **alínea 'a' deste subitem**, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas **alínea 'a' deste subitem**;

A.2) Como alternativa ao conjunto de documentos previstos **alínea 'a' e alínea a1 deste subitem**, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

b) *Mídia Exterior:*

b.1) *Mídia Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b.2) *Mídia Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b.3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, acompanhado de fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos **SUBITENS - 5.1.10 ou 5.1.11**.

11.3.2 As exigências de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos **incisos I, II e III do subitem 11.3** serão estabelecidas formalmente pelo CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.4 A(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município e Certidão Negativa de Débito Trabalhista.

11.5 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.5.1 Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.6 No caso de eventual falta de pagamento pelo CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será atualizado financeiramente, mediante solicitação expressa da(s) CONTRATADA(S), desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

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

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

AF = Atualização financeira;

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

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

11.6.1 O CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços em razão da ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendência de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.7 O CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso cobrado diretamente por terceiros, sem que tenha autorizado prévia e formalmente.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

11.8 Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 48 (quarenta e oito horas) após o recebimento da ordem bancária do CONTRATANTE e/ou dos órgãos que anuírem ou aderirem o contrato.

11.8.1 A(s) CONTRATADA(S) informará(ão) ao CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos de cada ordem bancária de pagamento emitida pelo CONTRATANTE ou pelos órgãos que anuírem ou aderirem o contrato, encaminhando relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.8.1.1 Os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento do CONTRATANTE, data do pagamento da(s) CONTRATADA(S), número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.8.2 O não cumprimento do disposto nos **SUBITEMS - 11.8 e 11.8.1** ou a não justificativa formal para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da(s) CONTRATADA(S), até que seja resolvida a pendência.

11.8.2.1 Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação do CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da(s) CONTRATADA(S).

11.8.3 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no **SUBITEM - 11.8.2.1**, a CONTRATANTE, nos termos da **Cláusula Décima Quarta**, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor ou ao veículo, conforme o caso.

11.8.3.1 Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos bens e serviços prestados e pela venda de espaço ou tempo, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

11.8.4 Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros decorrentes da inobservância de prazos de pagamento serão de responsabilidade exclusiva da(s) CONTRATADA(S).

11.9 Na condição de tomador de serviço, o CONTRATANTE fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GARANTIA

12.1 A(s) CONTRATADA(S) prestará(ão) garantia em favor do CONTRATANTE nesse contrato e sempre que esse for prorrogado no valor de **R\$ 272.700,00 (duzentos e setenta e dois mil e setecentos reais), correspondente a 1% (um por cento) do valor estimado para a execução dos seus serviços**, na forma prevista nos **subitens 24.1 e 25.1 do Edital – CONCORRÊNCIA Nº XX/2026** que deu origem a esta contratação.

12.2 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.

12.3 Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste contrato, a garantia ou seu saldo será liberada ou restituída no prazo de 30 (trinta) dias úteis contados do pedido da(s) CONTRATADA(S), mediante certificação pelo fiscal deste contrato, de que os serviços foram realizados a contento e de que não há fatos ou circunstâncias que impeçam a aprovação do pedido.

12.3.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

12.4 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a(s) CONTRATADA(S) se obrigam a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 20 (vinte) dias, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.

12.5 Na hipótese de prorrogação deste contrato, o CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela(s) CONTRATADA(S) entre as modalidades previstas na Lei n. 14.133/2021.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 Aquele que convocado dentro do prazo de validade da sua proposta e não celebrar o contrato, deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para o certame, ensejar o retardamento da execução do objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo, fizer declaração falsa ou cometer fraude fiscal, será submetido a processo administrativo onde poderão ser aplicadas as seguintes sanções segundo a natureza e a gravidade da falta, garantidos o contraditório e a ampla defesa:

I – Advertência;

II - Multa, observados os seguintes limites máximos:

- a) 10% (dez por cento) do valor da proposta, quando o adjudicatário não assinar o Contrato ou não retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido, sem justificativa plausível aceita pela administração;
- b) 20% (vinte por cento) do valor global do empenho e/ou Contrato pela inexecução total do ajuste, e em caso de rescisão contratual por inadimplência do Contratado;
- c) 10% (dez por cento) do valor remanescente do Contrato na hipótese de inexecução parcial ou qualquer outra irregularidade não abrangida anteriormente.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

III - Suspensão temporária de participação em licitação, bem como o impedimento de contratar com a PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE, por prazo de até **3 (TRÊS) ANOS**;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a autoridade que aplicou a penalidade;

13.1.1 O atraso injustificado na execução do contrato sujeita(m) a(s) CONTRATADA(S) à multa de mora a ser graduada nos seguintes limites máximos:

a) 0,033% (zero vírgula zero trinta e três por cento) ao dia, até o trigésimo dia de atraso, sobre o valor da parte do fornecimento ou serviço não realizado ou sobre a parte da etapa do cronograma físico de obras não cumprido;

b) 0,05% (zero vírgula zero cinco por cento) sobre o valor da parte do fornecimento ou serviço não realizado ou sobre a parte da etapa do cronograma físico de obras não cumprido, por cada dia subsequente ao trigésimo.

13.1.2 Nas hipóteses das **alíneas “a” e “b” do SUBITEM - 13.1.1**, o atraso deve ser contado em dias corridos, a partir do primeiro dia útil subsequente ao término do prazo ajustado para a execução ou entrega do objeto, até o dia anterior à sua efetivação.

13.1.3 A multa a que se refere o **SUBITEM - 13.1.1** não impede que a Administração Pública Municipal rescinda unilateralmente o contrato e aplique as demais sanções previstas neste CONTRATO e na Lei nº 14.133/2021.

13.1.4 A contagem do período de atraso na execução dos ajustes será realizada a partir do primeiro dia útil subsequente ao do encerramento do prazo estabelecido para o cumprimento da obrigação.

13.1.5 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à(s) CONTRATADA(S) o contraditório e a ampla

defesa.

13.1.6 Deve ser incluída no CADASTRO DE FORNECEDORES SUSPENSOS - CADIMP, da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE, a pessoa jurídica apenada com as sanções.

13.2 Devem ser punidos com a pena de suspensão temporária do direito de licitar e impedimento de contratar com a Administração Pública Municipal pelo prazo de:

I - 6 (seis) meses, nos casos de:

a) aplicação de duas penas de advertência, no prazo de 12 (doze) meses, sem que a(s) CONTRATADA(S) tenha(m) adotado as medidas corretivas no prazo determinado;

II - 12 (doze) meses, nos casos de:

a) Retardamento imotivado da execução do serviço objeto do contrato;

b) Admitir, possibilitar ou dar causa a qualquer modificação ou vantagem, inclusive prorrogação contratual, durante a execução do contrato celebrado com o Poder Público, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação ou nos respectivos instrumentos contratuais;

c) Recusar-se a entregar os documentos comprobatórios da regularidade fiscal em face das fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal, bem como a certidão negativa em face do INSS e FGTS e Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas.

III - Por 24 (vinte e quatro) meses, nos casos de:

Anexo(s): Paralisação de serviços sem justa fundamentação e prévia comunicação à Administração Pública;

Anexo(s): Praticar ato ilícito visando frustrar os objetivos de licitação no âmbito da Administração Pública Municipal;

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

Anexo(s): Sofrer condenação definitiva por praticar, por meio doloso, fraude fiscal no recolhimento de qualquer tributo;

c) Recusar-se, injustificadamente, após ser considerado adjudicatário, em assinar o contrato, aceitar ou reiterar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela Administração Pública;

d) inexecução total do contrato.

13.3 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada à(s) CONTRATADA(S) se, entre outros casos:

I - Impedir, frustrar ou fraudar o procedimento licitatório, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, com o intuito de obter, para si ou para outrem, vantagem;

II - Devassar o sigilo de proposta apresentada em procedimento licitatório, ou proporcionar a terceiro o ensejo de devassá-lo;

III - Afastar licitante, por meio de violência, grave ameaça, fraude ou oferecimento de vantagem de qualquer tipo;

IV - Desistir de licitar, em razão de vantagem oferecida;

V - Apresentar declaração ou qualquer outro documento falso ou inidôneo, visando ao cadastramento, à atualização cadastral ou à participação no procedimento licitatório;

VI - Haver concorrido, comprovadamente, para a consumação de ilegalidade, obtendo vantagem indevida ou se beneficiando, injustamente, das modificações ou prorrogações contratuais;

VII - Ensejar a sua contratação, no prazo de vigência da suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração ou da declaração de inidoneidade;

VIII - Na hipótese de já ter sido aplicada uma pena de suspensão;

IX - Tenha sofrido condenação definitiva por atos de improbidade administrativa, na forma da lei;

13.4 Para aplicação das penalidades previstas neste pacto, devem ser levadas em conta a natureza e a gravidade da falta, os prejuízos dela advindos para a Administração Pública Municipal e a reincidência na prática do ato.

13.5 É facultado ao licitante/contratado alegações finais no prazo de 05 (cinco) dias úteis contra a decisão de aplicação das penas emitidas pelo CONTRATANTE, contado da ciência da respectiva notificação.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 137 a 139 da Lei n. 14.133/2021.

14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a(s) CONTRATADA(S):

- a) For atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) For envolvida em escândalo público e notório;
- c) Quebrar o sigilo profissional;
- d) Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) Não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

- f) Deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e sociais;
- g) Vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- h) Não mantiver suas condições de habilitação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei n. 12.232/2010;

14.2 Em caso de rescisão, fica expressamente acordado que nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pelo CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela(s) CONTRATADA(S).

14.3 Em caso de cisão, incorporação ou fusão da(s) CONTRATADA(S) com outras AGÊNCIAS de propaganda, caberá ao CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato.

14.4 A extinção do contrato, por algum dos motivos previstos na Lei n. 14.133/2021, não dará à(s) CONTRATADA(S) direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com exceção ao que estabelecem o parágrafo único do art. 147 e o §1º do art. 148, ambos da referida Lei.

14.5 A rescisão acarretará por parte do CONTRATANTE, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 As CONTRATADAS devem seguir o Código de Ética dos profissionais de propaganda, as normas correlatas, e as Diretrizes de Compliance da Associação Brasileira de Agências de Publicidade - ABAP,

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

visando produzir propaganda e publicidade de maneira ética e transparente, em conformidade com o Código de Defesa do Consumidor, demais legislações aplicáveis, a moral e os bons costumes

15.2 O CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no:

a) PORTAL NACIONAL DE CONTRATAÇÕES PÚBLICAS – PNCP:

<https://www.gov.br/pncp/pt-br>

b) PORTAL ARACAJUCOMPRAS:

<https://www.aracajucompras.se.gov.br/portal/default.aspx>

c) PORTAL DE TRANSPARÊNCIA DA PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE:

<https://aracajucompras.se.gov.br/portal/licitacoes.aspx?tipo=L>

d) DIÁRIO OFICIAL DO MUNICÍPIO DE ARACAJU/SE;

e) DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO, QUANDO COUBER.

15.3 A(s) CONTRATADA(S) se submete(m) aos ditames da Lei n. 14.133/2021 e da legislação correlata a favorecer o CONTRATANTE.

15.4 A omissão ou tolerância das partes em exigirem o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente não constituirá novação ou renúncia a direito, podendo exigirem o fiel cumprimento do avençado a qualquer tempo.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - FORO

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

16.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Estadual, Seção Judiciária de Sergipe, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

As partes assinam o presente contrato em 05 (cinco) vias de iguais teor, por estarem justos e acordados os seus termos.

ARACAJU/SE, XX DE XXXXXXXXXXXXXXXX DE 2026.

CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

A) _____

B) _____

ANEXO - V

SELEÇÃO INTERNA DAS AGÊNCIAS

Procedimento de Seleção das Agências de Publicidade e Propaganda Contratadas

Em atendimento ao art. 2º, § 4º, da Lei n. 12.232/2010, fica instituído procedimento de seleção interna das agências de publicidade e propaganda CONTRATADAS para a execução das ações de comunicação e das campanhas publicitárias dos órgãos e entidades da administração direta e indireta do Poder Executivo Municipal:

1) O procedimento de seleção interna para escolha da agência será realizado quando houver a necessidade de seleção de materiais e/ou peças para constituir:

a) Campanhas publicitárias com investimento global **a partir de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais)**, salvo quando ação decorra de iniciativa de uma das AGÊNCIAS de publicidade que foi aprovada pela **SECOM**;

b) Ações de comunicação com investimento **inferior a R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais)**, nos casos em que a **Diretoria de Marketing/SECOM** julgar necessário.

2) As AGÊNCIAS serão convocadas para participar da seleção interna por meio convite formal.

3) Será elaborado **briefing pela Diretoria de Marketing da SECOM** que conterá todos os subsídios para que as AGÊNCIAS possam elaborar proposta de solução para a necessidade de comunicação.

4) O briefing será repassado as AGÊNCIAS e a data de entrega das campanhas será estipulada de acordo com a agenda dos envolvidos na ação.

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

- 5)** O prazo, a ordem e a forma de apresentação das propostas serão acordados no dia da passagem de briefing e registrados no relatório/ata de reunião.
- 6)** As AGÊNCIAS deverão entregar na data estipulada o material apresentado com o descritivo da campanha e das peças apresentadas.
- 7)** O prazo de avaliação será informado a cada seleção, de acordo com a necessidade de comunicação da **SECOM**.
- 8)** A SECOM poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas AGÊNCIAS sejam integradas ou compartilhadas para aperfeiçoar a ação de comunicação publicitária ou viabilizar a sua execução, cabendo a decisão e a definição da forma de participação das AGÊNCIAS a **SECOM**.

ANEXO - VI

TERMO DE ANUÊNCIA PARA CONTRATOS CENTRALIZADOS

Termo de Anuência referente à Contratação Centralizada, **Processo nº 12.690/2026**, **Contratonº XX/2026**, **Concorrência Pública nº 001/2026**, referente a Contratação de Prestação de Serviços de Publicidade, que entre si fazema **PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE**, por intermédio da **SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL e a XXXXXXXXXXXXXXXX (anuente)**.

Eu, XXXXXXXXXXXXXXXX, portador do RG n. XXXXXXXXXXXXXXXX SSP/XX, e do CPF Nº XXXXXXXXXXXXXXXX, na qualidade de xxxxxx (cargo), dou anuência ao Processo de Contratação Centralizada para a Contratação de Prestação de Serviços de Publicidade, **Processo nº XXXXXXXXXXXXXXXX**, **Contratonº XX/2026**, **Concorrência Pública nº 001/2026**, responsabilizando-me pelo acompanhamento da execução do contrato e demais incumbências pertinentes ao processo.

Informo que as despesas decorrentes para a execução contratual correrão por conta da seguinte dotação orçamentária:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA	CLASSIFICAÇÃO FUNCIONAL – PROGRAMÁTICA	PROJETO/ ATIVIDADE	ELEMENTO DE DESPESA	FONTE DE RECURSO	ESTIMATIVA ANUAL – R\$
----------------------	--	--------------------	---------------------	------------------	------------------------

XXXX	XXXXX	XXXX	XXXXX	XXX	XXXXXX
------	-------	------	-------	-----	--------

Na forma do que dispõe o art. 117 da Lei n. 14.133/2021, designo o servidor **XXXXXXXXXX**, RG n. **X.XXX.XXX** SSP/**XX**, e CPF n. **XXX.XXX.XXX-XX**, e na sua ausência e impossibilidade o servidor **XXXXXXXXXX**, portador de RG n. **X.XXX.XXX**- SSP/**XX**, CPF n. **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**., lotados no **XXXXXXX** (departamento, setor), para acompanhar e fiscalizar cota-parte que lhe cabe no contrato, notificando a SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM sobre eventuais ocorrências.

ARACAJU/SE, XX DE XXXXXXXXXXXXXXXX DE 2026.

Ordenador de Despesa ou Autoridade Competente

ANEXO - VII

TERMO DE ADESÃO PARA CONTRATOS CENTRALIZADOS

Termo de ADESÃO referente à Contratação Centralizada, **Processo nº 12.690/2026** **Contratonº XX/2026**, **Concorrência Pública nº 001/2026**, referente a Contratação de Prestação de Serviços de Publicidade, que entre si fazema**PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE**, por intermédio da **SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL** e a **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX** (anuente).

Eu, XXXXXXXXXXXXXXXX, portador do RG n. XXXXXXXXXXXXXXXX SSP/XX, e do CPF Nº XXXXXXXXXXXXXXXX, na qualidade de xxxxxx (cargo), dou

Página 135 de 135

SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

anuência ao Processo de Contratação Centralizada para a Contratação de Prestação de Serviços de Publicidade, **Processo nº 12.690/2026**, **Contrato nº XX/2026**, **Concorrência Pública nº 001/2026**, responsabilizando-me pelo acompanhamento da execução do contrato e demais incumbências pertinentes ao processo.

Informo que as despesas decorrentes para a execução contratual correrão por conta da seguinte dotação orçamentária:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA	CLASSIFICAÇÃO FUNCIONAL – PROGRAMÁTICA	PROJETO/ ATIVIDADE	ELEMENTO DE DESPESA	FONTE DE RECURSO	ESTIMATIVA ANUAL – R\$
XXXX	XXXXX	XXXX	XXXXX	XXX	XXXXXX

Na forma do que dispõe o art. 117 da Lei n. 14.133/2021, designo o servidor **XXXXXXXXXX**, RG n. **X.XXX.XXX** SSP/**XX**, e CPF n. **XXX.XXX.XXX-XX**, e na sua ausência e impossibilidade o servidor **XXXXXXXXXX**, portador de RG n. **X.XXX.XXX**- SSP/**XX**, CPF n. **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, lotados no **XXXXXXX** (departamento, setor), para acompanhar e fiscalizar cota-parte que lhe cabe no contrato, notificando a SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM sobre eventuais ocorrências.

ARACAJU/SE, XX DE XXXXXXXXXXXXXXXX DE 2026.

Ordenador de Despesa ou Autoridade Competente