



EDITAL DE CONCORRÊNCIA N° 03/2026

OBJETO:

**Contratação de agência de
publicidade e propaganda.**

SESSÃO PÚBLICA:

**01/09/2026
09:00hs**

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 03/2026

O **MUNICÍPIO DE JEQUIÁ DA PRAIA/AL**, com sede na com sede na Praça José Pacheco, s/nº, Centro, CEP 57.244-000, Jequiá da Praia/AL, torna público para conhecimento dos interessados que na data e horário indicados fará realizar licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, na forma **PRESENCIAL**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, sob o regime da Lei nº 12.232/10, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Federais nºs. 4.680/65 e 14.133/2021, Lei Complementar nº 123/2006, pelas demais normas e legislações atinentes ao objeto a ser contratado e pelo disposto no presente Edital e seus Anexos.

Informações sobre o edital estão disponíveis no site: www.jequiadapraia.al.gov.br, bem como no setor de licitações, situado no endereço constante no preâmbulo, nos dias úteis, no horário das 08 horas às 14 horas.

A sessão pública de abertura ocorrerá às **9h, do dia 01 de setembro de 2026**, ou no primeiro dia útil seguinte, na hipótese de não haver expediente nesta data, na sede da Prefeitura, localizada na Praça José Pacheco, s/n, Centro, onde serão recebidos os envelopes referentes à documentação e respectivas propostas técnicas e de preços.

1. DO OBJETO

1.1. O objeto da presente Concorrência, é a prestação de serviços de publicidade a serem prestados por agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de caráter institucional de competência da SECOM da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia.

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

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

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

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

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

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

1.5. Para a prestação de serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº. 12.232/2010.

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

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

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

2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. O processamento desta licitação será realizado sempre em SESSÃO PÚBLICA presencial, sendo iniciado na data, no horário e no local indicados no preâmbulo, nos termos fixados neste Edital e seus anexos.

2.2. Poderão participar desta Concorrência os interessados pertencentes ao ramo de atividade relacionado ao objeto da licitação, conforme disposto nos respectivos atos constitutivos, que atenderem a todas as exigências, inclusive quanto à documentação, constantes deste Edital e seus Anexos.

2.3. Não poderão disputar esta licitação:

2.3.1. aquele que não atenda às condições deste Edital e seu(s) anexo(s);]

2.3.2. autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ele relacionados;

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

2.3.4. pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;

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

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

2.3.7. pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista;

2.3.8. agente público do órgão ou entidade licitante;

2.3.9. pessoas jurídicas reunidas em consórcio;

2.3.10. Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução do contrato agente público do órgão ou entidade contratante, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego,

nos termos da legislação que disciplina a matéria, conforme § 1º do art. 9º da Lei nº 14.133, de 2021.

2.4. O impedimento de que trata o item 2.3.4 será também aplicado ao licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante.

2.5. A critério da Administração e exclusivamente a seu serviço, o autor dos projetos e a empresa a que se referem os itens **Erro! Fonte de referência não encontrada.** e **Erro! Fonte de referência não encontrada.** poderão participar no apoio das atividades de planejamento da contratação, de execução da licitação ou de gestão do contrato, desde que sob supervisão exclusiva de agentes públicos do órgão ou entidade.

2.6. Equiparam-se aos autores do projeto as empresas integrantes do mesmo grupo econômico.

2.7. O disposto nos itens **Erro! Fonte de referência não encontrada.** e **Erro! Fonte de referência não encontrada.** não impede a licitação ou a contratação de serviço que inclua como encargo do contratado a elaboração do projeto básico e do projeto executivo, nas contratações integradas, e do projeto executivo, nos demais regimes de execução.

2.8. Em licitações e contratações realizadas no âmbito de projetos e programas parcialmente financiados por agência oficial de cooperação estrangeira ou por organismo financeiro internacional com recursos do financiamento ou da contrapartida nacional, não poderá participar pessoa física ou jurídica que integre o rol de pessoas sancionadas por essas entidades ou que seja declarada inidônea nos termos da Lei nº 14.133/2021.

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

2.10. Será concedido tratamento favorecido para as microempresas e empresas de pequeno porte, para as sociedades cooperativas mencionadas no artigo 16 da Lei nº 14.133, de 2021, para o agricultor familiar, o produtor rural pessoa física e para o microempreendedor individual - MEI, nos limites previstos da Lei Complementar nº 123, de 2006 e do Decreto n.º 8.538, de 2015.

3. DO CREDENCIAMENTO

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

3.1.1. Os documentos mencionados no subitem 3.1 deverão ser apresentados fora dos envelopes que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

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

3.1.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

3.2. 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.

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

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

3.5. A Comissão de Contratação se exime da responsabilidade pelos documentos enviados por via postal que não forem entregues antes da data abertura da sessão, ou forem entregues em local diverso ao indicado no preâmbulo deste Edital.

14. DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

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

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

4.3. O recebimento e a abertura dos envelopes, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 15 e na legislação.

15. ENTREGA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

5.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Contratação, acondicionada nos Envelopes nº 1, nº 2 e nº 3.

Envelope nº 1

5.1.1. No Envelope nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, disposto no Termo de Referência, Anexo I deste Edital.

5.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no envelope padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Comissão de Contratação. Esse envelope só será entregue à licitante que o solicite formalmente e deverá ser retirado pela interessada de segunda a sexta-feira no horário 8h às 14h, na Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura.

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

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

Envelope nº 2

5.1.2. No Envelope nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada das licitantes, disposto no Termo de Referência, Anexo I deste Edital.

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

Envelope nº 2 Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária -Via Identificada Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 01/2026-órgão/entidade
--

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

Envelope nº 3

5.1.3. No Envelope nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Comunicação dispostos no Termo de Referência, Anexo I deste Edital.

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

Envelope nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Comunicação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 03/ 2026 - órgão/entidade

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

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

6. APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

6.1. As orientações pertinentes à apresentação das Propostas Técnicas e as disposições relacionadas a seu julgamento estão estabelecidas no Termo de Referência, Anexo I deste Edital.

7. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

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

Envelope nº 4
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 03/ 2026 - órgão/entidade

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

8. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

8.1. As orientações pertinentes à apresentação das Propostas de Preços e as disposições relacionadas a seu julgamento estão estabelecidas no Termo de Referência Anexo I deste Edital.

9. DA ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

Envelope nº 5 Documentos de Habilitação Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 03 / 2026 - órgão/entidade
--

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

10. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

I. Em original ou

II. Sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, ou

III. Em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública, ou

IV. Em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão de Contratação, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação.

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

10.3. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

10.4. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista dos subitens 8.4 a 8.24 do Termo de Referência e ainda as seguintes declarações:

I. Declaração sobre trabalho do menor, na forma do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

II. Declaração de elaboração independente de proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009.

III. Declaração de que a licitante cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social.

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

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

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

10.5. A comissão de contratação verificará se os licitantes atendem às condições de participação no certame, conforme previsto no art. 14 da Lei nº 14.133/2021, legislação correlata e no item 2.3 do edital, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta de certidões consolidadas do Tribunal de Contas da União: <https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br/>;

10.5.1. A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa licitante e também de seu sócio majoritário, por força do artigo 12 da Lei nº 8.429, de 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.

10.6. Caso conste na Consulta de Situação do Fornecedor a existência de Ocorrências Impeditivas Indiretas, a comissão de contratação diligenciará para verificar se houve fraude por parte das empresas apontadas no Relatório de Ocorrências Impeditivas Indiretas.

10.6.1. A tentativa de burla será verificada por meio dos vínculos societários, linhas de fornecimento similares, dentre outros.

10.6.2. O licitante será convocado para manifestação previamente à sua desclassificação.

10.6.3. Constatada a existência de sanção, a comissão de contratação reputará o licitante inabilitado, por falta de condição de participação.

11. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

11.1. A Comissão de Contratação, analisará os Documentos de Habilitação da licitante declarada melhor classificada e que cumpra as condições de participação estabelecidas no item 3 deste edital, e julgará habilitada as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste instrumento convocatório.

11.2. Será inabilitada a licitante:

- a) Cujo cadastramento esteja suspenso ou inativo;
- b) Que deixar de apresentar, de acordo com o exigido, qualquer documento solicitado ou apresentá-lo com vícios ou defeitos insanáveis, ou seja, aqueles que não possam ser ajustados mediante simples diligência porque a licitante não atendia determinada condição na data prevista para entrega dos documentos;
- c) Que não reste comprovada a regularidade trabalhista, por meio da consulta prevista no subitem 10.7 deste Edital.

11.3. Se nenhuma licitante restar habilitada a CONTRATANTE reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis.

12. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

12.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

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

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

12.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, 06 (seis) integrantes com vínculo com a Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia e 03 (três) sem vínculo, previamente cadastrados.

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

12.3.2. Para composição da relação prevista no subitem 12.3 deste edital, a Comissão de Contratação, deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 12.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

12.3.3. A relação de nomes referidos no subitem 12.3 deste edital será publicada no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

12.3.4. 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 com vínculo ou não com o MUNICÍPIO DE JEQUIÁ DA PRAIA, nos termos dos subitens 12.2.1, 12.3 e 12.3.2 deste Edital.

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

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

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

12.3.7.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 12.3 deste edital.

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

12.3.8. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 12.3.3 deste edital e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

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

12.4. A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste instrumento busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 18, VIII, da Lei 14.133/21.

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

13. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

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

13.2. A juízo da Comissão de Contratação, todas as decisões e resultados referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Município de Maceió seja obrigatória:

a) nas sessões de abertura de envelopes;

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

11. DOS RECURSOS

11.1. Eventuais recursos referentes a presente concorrência relacionados ao julgamento das propostas, ato de habilitação/inabilitação de licitante deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Comissão de Contratação, protocolizada através de carta ou ofício para o endereço mencionado no preâmbulo deste edital, ou através do e-mail cpl.jequiadapraia.al@gmail.com.

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

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

11.4. 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.

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

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

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

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

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

12. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS - REUNIÃO DE LICITAÇÃO

15.1. Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

15.1.1. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 3 deste edital.

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

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

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

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

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

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

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

PRIMEIRA SESSÃO

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

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes, por meio do (s) documento (s) exigido (s) no subitem 3 deste edital – CREDENCIAMENTO e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Verificar o cumprimento das condições de participação e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) Receber das licitantes em condições de participação os Envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 cujos fechos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada, os quais ficarão sob a responsabilidade da Comissão de Contratação;
- d) Conferir a conformidade de apresentação dos envelopes com as disposições deste Edital;
- e) Abrir e colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Envelopes nº 1 e nº 3;
- f) Informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 13.2 deste Edital.

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

- I. Não estiver identificado;

II. Não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do envelope nº2;

III. Não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilidade a identificação da licitante antes da abertura do envelope nº2.

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

15.2.2. A Comissão de Contratação, antes do procedimento previsto na alínea 'e' do subitem 15.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

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

15.2.3. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Envelopes nº 1 e nº 3, a Comissão de Contratação ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência (s) que possibilite (m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

15.2.4. A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Envelopes nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'e' do subitem 18.2 deste Edital.

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

15.2.6. Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem seguinte.

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

a) Encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, de todos os Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), de acordo com os critérios especificados neste Edital;

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

d) Somente após o recebimento dos documentos e dos Envelopes nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Comunicação Publicitária) das licitantes;

e) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Envelopes nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Comunicação Publicitária) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) Elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Envelopes nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Comunicação Publicitária) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação, na devolução dos Envelopes nº 3.

15.2.8. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas a, b, c do subitem 8.19.3 e 8.19.1 do Termo de Referência, Anexo I deste Edital, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

15.2.9. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento das regras definidas para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Envelope nº 2.

15.2.10. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 15.2.7 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Comunicação Publicitária.

SEGUNDA SESSÃO

15.2.11. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Envelopes nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 13.2, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

- b) Abrir os Envelopes nº 2 das licitantes;
- c) Cotejar os documentos constantes dos Envelopes nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica das licitantes habilitadas, desconsiderando eventuais pontuações das Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária que não obtiveram correspondência com as Vias Identificadas das licitantes habilitadas;
- e) Proclamar o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas;
- f) Executar o sorteio em caso de empate técnico, se for o caso;
- g) Informar que o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 13, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação;
- h) Abrir os prazos para interposição de recurso, conforme disposto no item 14 deste Edital.

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

TERCEIRA SESSÃO

15.2.13. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e coletar suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir os Envelopes nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 4;
- d) Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços, de acordo com os critérios nele especificados;
- e) Verificar se alguma das 4 (quatro) licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica apresentou a Proposta de MENOR PREÇO e, caso essas licitantes não tenham

apresentado a proposta de menor preço, realizar a negociação voluntária, até a consecução de acordo para a contratação;

f) Declarar as vencedoras do julgamento final da concorrência, observado o disposto no item 2 do Apêndice II do Anexo I deste Edital, as licitantes que tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica;

g) Informar que o resultado do julgamento final da concorrência será publicado no DOM e no sítio oficial do MUNICÍPIO, com a indicação da ordem de classificação abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 14 deste Edital.

15.2.14. Na hipótese de todas as propostas de preços serem desclassificadas, a CEL poderá fixar o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de nova documentação ou de propostas corrigidas, observado o disposto no subitem 15.2.18 e 15.2.19 deste Edital.

15.2.15. A nova documentação deverá ser apresentada na forma prevista neste Edital e seus anexos, e entregue em sessão pública, a ser divulgada pela Comissão de Contratação.

QUARTA SESSÃO

15.2.16. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta:

a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) Receber e abrir os Envelopes de nº 5 das licitantes vencedoras, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) Analisar os Documentos de Habilitação das licitantes vencedoras, observado o atendimento ao disposto nos itens 13 e 14, bem como na legislação em vigor;

d) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 5;

e) Dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 13, com a indicação de habilitação ou inabilitação das licitantes vencedoras, questionando os licitantes sobre intenção de recorrer da decisão da Comissão de Contratação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, caso haja intenção de recurso.

f) Informar que será publicado no DOM e no sítio oficial do MUNICÍPIO o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou, tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

OBS: Caso as licitantes vencedoras sejam inabilitadas, a Comissão de Contratação analisará a habilitação das seguintes, observado o procedimento descrito neste subitem.

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

15.2.18. Na hipótese de todas as licitantes serem desclassificadas ou inabilitadas, a Comissão poderá fixar o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de nova documentação ou de outras propostas esboçadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

15.2.19. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital e seus anexos, e entregue em sessão pública, a ser divulgada pela Comissão de Contratação.

13. JULGAMENTO FINAL DA CONCORRÊNCIA

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

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

14. DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

17.1. Não tendo sido interposto recurso no julgamento final da concorrência, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 22.10 deste Edital.

15. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

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

18.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do CONTRATANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pela licitante vencedora.

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

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

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

19. GARANTIA DE EXECUÇÃO

19.1. As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Minuta de Contrato (Anexo II).

20. DAS INFRAÇÕES E DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

20.1.1. deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pela comissão de contratação/a durante o certame;

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

20.1.2.1. não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;

20.1.2.2. recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;

20.1.2.3. pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou

20.1.2.4. deixar de apresentar amostra;

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

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

20.1.5. apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação;

20.1.6. fraudar a licitação;

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

20.1.7.1. agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

20.1.7.2. induzir deliberadamente a erro no julgamento; ou

20.1.7.3. apresentar amostra falsificada ou deteriorada.

20.1.8. praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;

20.1.9. praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013.

20.2. O licitante que cometer qualquer das infrações discriminadas no subitem anterior ficará sujeito, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às seguintes sanções:

20.2.1. Multa de até 15% (dez por cento) sobre o valor estimado do(s) item(s) prejudicado(s) pela conduta do licitante para as infrações previstas nos itens 20.1.1 a 20.1.4;

20.2.2. Multa de até 15% a 30% sobre o valor estimado do(s) item(s) prejudicado(s) pela conduta do licitante para as infrações previstas nos itens 20.1.5 a 20.1.9;

20.2.3. Impedimento de licitar e de contratar com o Município de Jequiá da Praia, pelo prazo de até três anos; em decorrência das infrações relacionadas nos itens **Erro! Fonte de referência não encontrada.** a 20.1.4, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.

20.2.4. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante o Município de Jequiá da Praia, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 20.1.5 a 20.1.9, bem como pelas infrações dos itens 20.1.1 a 20.1.4, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo de três a seis anos.

20.3. A penalidade de multa pode ser aplicada cumulativamente com as demais sanções.

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

20.5. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta nos termos do art.158 da Lei nº 14.133/2021.

20.6. Na aplicação das sanções serão considerados:

20.6.1. a natureza e a gravidade da infração cometida;

20.6.2. as peculiaridades do caso concreto;

20.6.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

20.6.4. os danos que dela provierem para a Administração Pública;

20.7. As infrações e sanções relativas a atos praticados no decorrer da contratação estão previstas na minuta do contrato anexo a este Edital.

20.8. As multas serão recolhidas em favor do Município de Jequiá da Praia, no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente, ou, quando for o caso, inscritas na Dívida Ativa e cobradas judicialmente.

21. DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

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

21.2. Esclarecimentos e respostas às Impugnações sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão de Contratação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito pelo endereço eletrônico de e-mail cpl.jequiadapraia.al@gmail.com.

21.3. A Comissão de Contratação responderá a impugnação ou pedido de esclarecimento no prazo de três dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

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

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

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

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

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

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

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

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

22. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

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

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

22.3. A Comissão de Contratação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, até a abertura do Envelope nº 3, nas situações elencadas nos subitens 22.1 e 22.2.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

22.13. Incumbirá ao CONTRATANTE divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, e no Diário Oficial do Município.

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

Órgão: 03000 - Secretaria Municipal de Governo e Comunicação - SMGC
Unidade Orçamentária: 03001 - Secretaria Municipal de Governo e Comunicação - SMGC
Dotação: 04.122.0005.2007 – Gestão das Ações e Serv. Técnicos Administrativos da SMGC;
Elemento: 3390390000 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica
Fonte: 15000000 – Recursos não vinculados de impostos

22.15. As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Estadual, Seção Judiciária do foro da comarca de São Miguel dos Campos - AL, com exclusão de qualquer outro.

22.16. Integram este edital os seguintes documentos:

ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA; e
ANEXO II – MINUTA DO CONTRATO

Jequiá da Praia – AL, 09 de julho de 2026.

José Fabiano da Silva Santos
Comissão de Contratação

ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1. Contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agência de propaganda, incluídos os serviços complementares, nos termos do art. 2º, § 1º, da Lei n.º 12.232/2010.

1.2. Os serviços objeto do registro de preços são caracterizados de natureza técnica, conforme justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar.

1.3. O prazo de vigência da contratação é de 5 anos contados da sua divulgação no PNCP, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

1.3.1. A cada 12 (doze) meses de execução, a Administração deverá motivar a conveniência da continuidade da contratação mediante ato administrativo de autoridade competente atestando que o serviço e as condições praticadas no contrato permanecem vantajosos para a Administração, sendo permitida a negociação com o contratado.

1.3.2. Caso o Município tenha interesse em extinguir o contrato, sem quaisquer ônus, motivado na insuficiência de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem, a extinção ocorrerá apenas na próxima data de aniversário do contrato, desde que passado 02 (dois) meses do aniversário.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1. A Fundamentação da contratação e de seus quantitativos encontra-se pormenorizada em Tópico específico dos Estudo Técnico Preliminar, apêndice deste Termo de Referência.

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

3.1. A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada em tópico específico do Estudo Técnico Preliminar, apêndice deste Termo de Referência.

4. R
E
Q
U
I
S
I
T
O
S
D
A
C
O
N
T
R
A
T
A
Ç
Ã
O
D
O
O
B
J
E
T
O
A
S
E
R
R
E
G
I
S
T
R
A
D
O

4.1. A contratação deverá atender aos seguintes **requisitos técnicos, operacionais e normativos**:

4.1.1. Planejamento, concepção, criação, execução, produção, distribuição e controle de campanhas publicitárias;

4.1.2. Prestação de serviços complementares, como pesquisas de opinião, planejamento de mídia e mensuração de resultados.

4.1.3. Observância das disposições da Lei nº 12.232/2010 e da Lei nº 14.133/2021;

4.1.4. Cumprimento das Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), especialmente: Padrões de remuneração e práticas comerciais entre anunciantes, agências e veículos; Definições e classificações de serviços publicitários; Critérios de cálculo do desconto-padrão de agência; Procedimentos de auditoria e comprovação de investimentos de mídia.

4.1.5. Deverá ser observada a prática consolidada do **desconto-padrão de 20% (Vinte por cento)**, conforme previsto nas Normas-Padrão do CENP, a ser aplicado sobre os valores de veiculação de mídia, sem prejuízo de outros descontos comerciais obtidos junto aos veículos;

4.1.6. O desconto de agência integra a remuneração da contratada, devendo ser detalhado na proposta e nos relatórios de execução.

4.1.7. A Secretaria Municipal de Comunicação deverá proceder à SELEÇÃO INTERNA, observando a metodologia prevista na Instrução Normativa das Ações de Publicidade Institucional vigente no ato de desenvolvimento de cada campanha, nos moldes da portaria vigente.

4.1.8. Observância à identidade visual e política de comunicação institucional do órgão;

4.1.9. Inclusão de recursos de acessibilidade nas peças (Libras, legendas, audiodescrição etc.);

4.1.10. Submissão prévia das peças publicitárias à aprovação da Administração;

4.1.11. Fornecimento de relatórios de desempenho e resultados das campanhas.

4.1.12. Dispor após decorrido 30 (trinta) dias da assinatura do contrato, uma estrutura de atendimento com no mínimo um profissional para cada uma das seguintes áreas: atendimento; planejamento; criação; produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica; mídia; comunicação digital.

4.2. Em observância ao Guia Nacional de Contratações Sustentáveis (AGU, 8ª edição, 2025), serão adotadas as seguintes medidas:

4.2.1. Priorizar meios digitais em detrimento de materiais impressos, reduzindo o consumo de papel e insumos gráficos;

4.2.2. Exigir que materiais impressos utilizem papel reciclado ou certificado FSC;

4.2.3. Estimular a utilização de energia renovável e fornecedores locais;

4.2.4. Exigir comprovação de responsabilidade socioambiental da agência contratada.

4.3. Não é admitida a subcontratação do objeto contratual.

4.4. Será exigida a garantia da contratação de que tratam os arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, no percentual de 5% do valor contratual, conforme regras previstas no contrato.

4.4.1. A garantia nas modalidades caução e fiança bancária deverá ser prestada em até 15 dias após a assinatura do contrato.

4.4.2. No caso de seguro-garantia sua apresentação deverá ocorrer, no máximo, até a data de assinatura do contrato.

4.4.3. O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à garantia da contratação.

**5. M
O
D
E
L
O
D
E
E
X
E
C
U
Ç
Ã
O
D
O
O
B
J
E
T
O**

5.1. Os serviços de publicidade serão executados indiretamente, por intermédio da agência de propaganda contratada, que atuará por conta e ordem do Município.

5.2. A agência responderá pelo planejamento, criação e execução técnica das campanhas, contratando diretamente fornecedores especializados e veículos de comunicação necessários à veiculação das mensagens.

5.3. Os serviços terão o seguinte Fluxo Operacional:

5.3.1. A área técnica da SECOM elabora a Demanda de Comunicação;

5.3.2. A agência apresenta proposta técnica para a campanha;

5.3.3. A SECOM avalia e ratifica a proposta;

5.3.4. A agência executa o projeto, mediante Ordem de Serviço (OS);

5.3.5. A execução é acompanhada pela equipe técnica da SECOM;

5.3.6. Ao término, a agência apresenta relatório de resultados, contendo comprovações de veiculação e métricas de desempenho;

5.3.7. O gestor do contrato atesta o cumprimento e autoriza o pagamento.

5.4. Todos os custos deverão ser comprovados mediante planilhas detalhadas, notas fiscais e relatórios de mídia auditáveis, observando o disposto nas Normas-Padrão do CENP e nas Instruções Normativas de publicidade institucional do Município.

5.5. A agência responderá tecnicamente por toda criação, produção e veiculação das campanhas publicitárias, observando os princípios da veracidade, da ética publicitária e da comunicação pública.

6. M
O
D
E
L
O
D
E
G
E
S
T
Â
O
D
O
C
O
N
T
R
A
T
O

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

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

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

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

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

6.6. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo fiscal do contrato, ou pelo respectivos substituto.

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

6.7.1. O fiscal do contrato anotar no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

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

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

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

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

6.8. O fiscal do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

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

6.9. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração.

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

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

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

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

6.11. O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

7. C R I T É R I O S D E M E D I Ç Ã O E D E P A G A M E N T O

7.1. A avaliação da execução do objeto utilizará a proposta da contratada, bem como o disposto neste item.

7.2. Será indicada a retenção ou glosa no pagamento, proporcional à irregularidade verificada, sem prejuízo das sanções cabíveis, caso se constate que a Contratada:

7.2.1. não produzir os resultados acordados,

7.2.2. deixar de executar, ou não executar com a qualidade mínima exigida as atividades contratadas; ou

7.2.3. deixar de utilizar materiais e recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou utilizá-los com qualidade ou quantidade inferior à demandada.

7.3. Os serviços serão recebidos provisoriamente, mediante apresentação de relatório técnico-financeiro pela contratada e conferência documental pela equipe de fiscalização.

7.4. O prazo da disposição acima será contado do recebimento de comunicação de cobrança oriunda do contratado com a comprovação da prestação dos serviços a que se referem a parcela a ser paga.

7.5. Para efeito de recebimento provisório, ao final de cada período de faturamento, o fiscal irá apurar o resultado das avaliações da execução do objeto e, se for o caso, a análise do desempenho e qualidade da prestação dos serviços realizados em consonância com os indicadores previstos, que poderá resultar no redimensionamento de valores a serem pagos à contratada, registrando em relatório a ser encaminhado ao gestor do contrato.

7.6. O Contratado fica obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou materiais empregados, cabendo à fiscalização não atestar a última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório.

7.7. A fiscalização não efetuará o ateste da última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório.

7.8. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

7.9. Os serviços serão recebidos definitivamente após verificação da conformidade técnica, aprovação da campanha pela SECOM e validação das comprovações de veiculação e desempenho.

7.10. O relatório técnico-financeiro deverá conter:

7.10.1. Descrição detalhada das ações executadas;

7.10.2. Comprovação das veiculações em mídia (planilhas de mídia, prints, relatórios de inserção ou certificados dos veículos);

7.10.3. Cópias de notas fiscais dos fornecedores e subcontratados;

7.10.4. Relatório de desempenho e métricas de alcance;

7.10.5. Declaração de conformidade assinada pelo responsável técnico da agência.

7.11. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de dez dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período.

7.11.1. O prazo de que trata o item anterior será reduzido à metade, mantendo-se a possibilidade de prorrogação, no caso de contratações decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 2021.

7.12. Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente apresentado expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

- a) o prazo de validade;
- b) a data da emissão;
- c) os dados do contrato e do órgão contratante;
- d) o período respectivo de execução do contrato;
- e) o valor a pagar; e
- f) eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

7.13. Havendo erro na apresentação da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus ao contratante;

7.14. A nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente deverá ser obrigatoriamente acompanhado da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta *on-line* ao SICAF ou, na impossibilidade de acesso ao referido Sistema, mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no art. 68 da Lei nº 14.133, de 2021.

7.15. A Administração deverá realizar consulta ao SICAF para: a) verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas no edital; b) identificar possível razão que impeça a participação em licitação, no âmbito do órgão ou entidade, que implique proibição de contratar com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas.

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

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

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

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

Prazo de pagamento

7.20. O pagamento será efetuado no prazo de até 30 (trinta) dias úteis contados da finalização da liquidação da despesa, conforme seção anterior.

7.21. No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos ao contratado serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento até a data de sua efetiva realização, mediante aplicação do índice nacional de preços ao consumidor amplo - IPCA de correção monetária.

Forma de pagamento

7.22. O pagamento será realizado por meio de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado.

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

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

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

7.25. O contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 2006, não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DA EMPRESA

Forma de seleção e critério de julgamento da proposta

8.1. O prestador de serviço será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, na modalidade Concorrência, sob a forma ELETRÔNICA, com adoção do critério de julgamento por TÉCNICA E PREÇO.

Requisitos de Realização e Avaliação das Propostas

8.2. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica, por meio de 3 (três) envelopes distintos, os quais serão analisados os seguintes quesitos e subquesitos:

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

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

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

I. O produto final decorrente do exercício desta licitação será propriedade da Secretaria Municipal de Comunicação Social – SECOM, não sendo passível de remuneração de nenhuma ordem por parte da CONTRATANTE às candidatas não classificadas.

II. Mesmo realizada sob uma perspectiva simulada, com objetivo de avaliar o trabalho integrado desenvolvido pelas empresas concorrentes, todos os dados presentes neste briefing são baseados na realidade da Contratante e de seus públicos, devendo as concorrentes tomar dados e elementos reais para desenvolver seus pressupostos e propostas.

III. Os valores adiante definidos como verba da campanha simulada e como o valor global do contrato, são dimensionados ante as normativas aprovadas na Lei Orçamentária do Município, os contratos anteriormente firmados pela Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia e, sobretudo, ante as necessidades de comunicação do executivo municipal diante das variações de tabela dos veículos de comunicação.

IV. O trabalho realizado pelas concorrentes quando da sua contratação deve ser fundamentado na lógica de integração das ferramentas de comunicação, no qual cada meio tem um poder específico de impactar a população e onde os canais de divulgação devem interagir de forma sinérgica, empoderando os investimentos e maximizando os resultados esperados para as Campanhas Institucionais desenvolvidas

a) Uma vez que os valores a serem pagos aos veículos, conforme Legislação em vigor, devem seguir expressamente as tabelas registradas no Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP (ou órgão equivalente), as definições quantitativas e qualitativas das atividades de planejamento e análise de mídia são preponderantes nos resultados das campanhas e não o valor das mídias em si.

b) A escolha de propostas tecnicamente menos onerosas, mas sem a devida compreensão dos efeitos da campanha e do melhor uso das ponderações técnicas, gerariam, necessariamente, prejuízos ao erário público, pelo não atingimento das metas necessárias à comunicação. Portanto este elemento deve ser ponderado na avaliação das candidatas.

8.3. QUESITOS

I. CADERNO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO DE PUBLICITÁRIO

8.3.1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: o Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, IDEIA CRIATIVA e ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA, elaborado com base no Briefing – Apêndice I deste termo de referência, observadas as seguintes disposições:

a) Formatação realizada conforme subitem de formatação a seguir;

b) Elaboração em 2 (duas) vias, quais sejam:

b.1) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

b.1.1) será vedada a aposição, a qualquer parte da VIA NÃO IDENTIFICADA do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal, palavra ou quaisquer elementos gráficos que possibilitem a identificação do seu proponente antes da abertura do envelope da Via Identificada;

b.1.2) o envelope destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido pela Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Jequiá da Praia;

b.1.3) o envelope destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária padronizado poderá ser retirado até dois dias úteis antes da data marcada para abertura do certame, conforme consta no texto do Edital.

b.1.4) O envelope padronizado com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só será recebido pela comissão permanente de licitação se não apresentar quaisquer marcas, sinais, etiquetas ou elementos capazes de identificar a licitante;

b.2) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

b.2.1) A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa;

b.2.2) A única finalidade desta via é o cotejo, em momento pertinente, para identificação da autoria das propostas, em sessão pública, após a conclusão do processo de avaliação.

8.3.1.1. SUBQUESITOS

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

a) diagnóstico e interpretação dos desafios e problemas de comunicação presentes no briefing introduzindo o trabalho da candidata;

b) considerações de público-alvo da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia, da população afetada e da campanha em específico tratada no briefing e das necessidades de comunicação ante ao exercício simulado;

c) premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação da Prefeitura, levando em consideração elementos sociodemográficos do município e dos públicos das campanhas em sua mais ampla acepção.

d) Proposição interpretativa da diagnose feita em briefing.

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

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) na construção do partido temático os elementos semânticos e sintáticos que embasaram a definição da frase desdobrada, bem como a observação das extensões de campanha realizáveis a partir desta definição.

c) Fundamentos estratégicos selecionados pelas candidatas

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

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

a) apresentar relação nominal de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, facultada a adição de comentários sobre a construção criativa de cada peça e ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária, sempre nos limites definidos em edital;

c) Recomenda-se para os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem Ideia Criativa, a especificação de cada peça e ou material; a explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material; bem como seu detalhamento no caso das peças não corporificadas que eventualmente irão compor a campanha com possíveis comparações gráficas relativas às peças corporificadas como exemplo;

d) Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem Ideia Criativa estão limitados a 5 (cinco), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, podendo ser apresentados sob qualquer forma impressa – desde roteiro, layout e ou storyboard impressos, para qualquer meio; descritivos e gráficos impressos para protótipos (mockups bidimensionais); detalhamento impresso de roteiros para realização de peças destinadas a rádio e internet; e outros exemplos afins.

I. todos os exemplos devem ser apresentados em substrato papel, preferencialmente na mesma gramatura de impressão do volume apócrifo, conforme demais normativas do certame. Não serão aceitas peças em outros suportes sob pena de desclassificação da concorrente.

II. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado na forma 'exemplificada', a relação prevista na alínea 'a' do subitem "Ideia Criativa" deverá ser elaborada em dois blocos (de texto ou de tópicos, conforme escolha da licitante): um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante que não será exemplificado.

III. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura e proporção, sem limitação de cores, sem suporte e/ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Envelope nº 1 podem ser dobradas.

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

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

e) Para fins de cômputo do máximo das peças que podem ser apresentadas 'exemplificadas', até o limite de que trata a alínea 'd' do subitem Ideia Criativa, devem ser observadas as seguintes regras:

I. as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

II. cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

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

IV. um hotsite e todas as suas páginas serão considerados apenas uma peça;

V. um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

VI. um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

VII. um hotsite cuja página de abertura e/ou demais páginas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado apenas uma peça.

VIII. Uma ação de ativação de mensagem (ação de comunicação de não mídia in loco; flash mob ou equivalente): terá seu conjunto de atividades sendo considerado apenas uma peça, desde que sua realização seja integrada.

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

a) Texto de apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em

função da verba referencial indicada no Briefing anexo a este termo de referência, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas;

b) Texto diagnóstico sobre os públicos da campanha contemplados, seu consumo de mídia e perfis embasados em pesquisas e dados fiáveis, servindo de apoio aos argumentos oferecidos, o que inclui gráficos e tabelas referentes a estes conteúdos;

c) Texto com considerações detalhadas sobre as táticas de mídia propostas e números relativos ao alcance do plano proposto, permitindo a inclusão de tabelas e informações sobre as estratégias de flights propostas, podendo ser seguido ou não de gráficos específicos, a critério da concorrente;

d) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas.

I. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem deverão constar nessa simulação, seus respectivos períodos de distribuição das peças e/ou material e quantidades de inserção destes materiais;

II. Todas as simulações, tabelas e anexos deste item deverão ser encadernados ao final do conjunto, compondo o volume do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA.

e) Resumo geral com informações sobre, ao menos:

I. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

II. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

III. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia com as respectivas quantidades a serem produzidas;

IV. Demais valores (absolutos e percentuais) que incluam o orçamento do exercício, inclusive custos de pesquisas adicionais e eventuais reservas técnicas designadas.

f) Quanto aos valores desta simulação, devem ser observados:

I. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser considerados como os de tabela cheia, vigentes preferencialmente na data de publicação do Aviso de Licitação;

II. Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965 uma vez que o exercício leva em conta a distribuição dos recursos;

III. Não é obrigatória a alocação dos custos internos de criação nesta etapa da proposta: apenas valores de mídia, produção, eventuais pesquisas que se façam necessárias para a produção da campanha são indispensáveis.

8.3.1.2. Formatação do Plano de Comunicação Publicitária

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;
- c) Ser apresentados em papel A3 dobrado de forma a adequar seu formato ao caderno em que estão inseridos.
- d) Quando possível, priorizar a boa leitura das informações constantes nestas tabelas.

II. CADERNO DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

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

- a) Listagem com os principais clientes da atual carteira, considerando um limite de até oito clientes, com a especificação do início de atendimento a cada um deles, excetuando-se sempre a atual CONTRATANTE caso esteja presente nesta condição;
- b) Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (estudo, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento), devendo o licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação e, preferencialmente, o regime de dedicação;

I. Ao início do texto que trata dos quadros profissionais, é recomendável a presença de um quadro resumo, em formato de tabela ou similar, onde o quantitativo de profissionais por área técnica e seus nomes sejam listados facilitando a visualização total destes profissionais, para fins de avaliação.

II. a qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação, instituição de formação e a experiência dos profissionais e sua dedicação a conta (eventual, permanente ou exclusiva);

III. os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do CONTRATANTE, sendo exigível profissional de atendimento dedicado a conta com capacidade para realizar reuniões no município sempre que necessário.

IV. Para cômputo do quantitativo disponibilizado de equipe, não será contabilizado os cargos que desenvolvam atividades de suporte sem relação técnica com a atividade publicitária ou de comunicação digital.

b) Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produção e veiculação, base de atendimento, fluxos de trabalho e políticas afirmativas visando equidade.

I. Os prazos exigidos para alterações em peças já desenvolvidas, devem vir neste tópico, preferencialmente em formato de tabela ou similar, com mínimos e máximos, ao menos para a entrega de peças avulsas, criação de campanhas, planos de mídia e alteração de peças após apresentação inicial ao cliente.

II. O texto que trabalha a sistemática de atendimento deve explicitar as etapas do trabalho da concorrente, desde o pedido de reunião regular ou extraordinária pelo cliente, até a devolutiva dos trabalhos prontos, incluindo em qual unidade (sede ou filial) da empresa os serviços serão concentrados.

c) As instalações, a infraestrutura – incluindo elementos de tecnologia da informação e segurança - e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

d) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

III. CADERNO DO REPERTÓRIO

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

a) Um dispositivo de memória flash do tipo pendrive contendo até 03 (três) peças em audiovisual para televisão, cinema ou meios digitais;

b) Um dispositivo de memória flash do tipo pendrive contendo até 03 (três) peças em áudio (spots e/ou jingles) para rádio ou meios digitais;

c) Impressos, encadernados junto ao volume, até 03 (três) anúncios gráficos destinados à mídia impressa e/ou OOH;

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

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

a) Para a aposição dos dispositivos de memória flash é recomendável o uso de envelope ou suportes similares em página específica, indicando o conteúdo salvo no dispositivo.

b) Os dispositivos devem ser acessíveis e executáveis em computadores com o Sistema Operacional Windows 10 ou superior.

8.3.6. Serão considerados trabalhos veiculados preferencialmente com registro a partir de **10 de junho de 2026**, sem exclusão de outras datas.

8.3.7. Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia.

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

IV. CADERNO DOS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

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

8.3.10. As propostas de que trata o subitem anterior devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculada, preferencialmente, a partir de 1º de janeiro de **2026**.

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

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

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

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

I. as peças eletrônicas deverão ser fornecidas memória tipo flash (pen drive) executáveis no sistema operacional Windows 10 ou superior;

II. as peças gráficas serão apresentadas impressas e poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não;

III. Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação e indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

8.3.15. É de inteira responsabilidade da Licitante o mau funcionamento de qualquer substrato digital apresentado como anexo e suas consequências avaliativas.

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

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

8.5. A Proposta de Preço deverá conter:

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

a) Sujeito a valoração e a pontuação: Percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia, sobre os CUSTOS INTERNOS, baseado na tabela de preços do ABAP/AL – Associação Brasileira de Agências de Propaganda - Seccional Alagoas;

b) Sujeito a valoração e a pontuação: Honorários (em percentual) de até **50% (cinquenta por cento)**, a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

c) Sujeito exclusivamente a valoração: honorários padronizados de **15% (quinze por cento)**, incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

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

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

III. à reimpressão ou reedição de serviços gráficos.

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

8.5.3. Declaração da licitante:

a) Comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia as vantagens obtidas;

b) Informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Minuta do Contrato.

c) Que o preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

d) Comprometendo-se a repassar à Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços.

e) Afirmando que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.

f) Do compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

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

8.7. Não será aceito percentual de honorários superior a **15% (quinze por cento)**.

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

ANÁLISE E PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.9. Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, com verba de R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais) e duração de 90 (noventa) dias, conforme Briefing – Apêndice I deste Termo de Referência.

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

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

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

8.12.1. RACIOCÍNIO BÁSICO - DETALHAMENTO DE ANÁLISE: No subcritério de Raciocínio Básico, avalia-se a acuidade de compreensão no texto da concorrente:

a) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação, incluindo dados elementares sobre o município e a prefeitura em questão;

b) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela comunicação da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia, conforme o Briefing em anexo.

c) das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s), conforme o Briefing em anexo e informações complementares tratadas pela licitante;

d) das definições presentes em briefing e objetivos dela relacionados e propostos pela concorrente de forma geral;

e) da relação deste raciocínio com a estratégia subsequente.

8.12.2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – DETALHAMENTO DE ANÁLISE: No subcritério que aborda a Estratégia de Comunicação Publicitária, será observado no texto desta etapa das concorrentes:

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia e a seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme o Briefing em anexo;

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia com seus públicos explicitados pela candidata e do percurso realizado para esta observação e descarte de soluções inadequadas;

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia, conforme o Briefing em anexo;

e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa dos princípios diagnosticados para a estratégia de comunicação publicitária proposta;

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível conforme seu exercício simulado proposto.

g) a composição de pontos de contato com os diversos públicos constantes em briefing e sua tangibilidade em estratégia pertinente ao desafio proposto;

h) as referências estratégicas capazes de alimentar os pontos fundamentais do plano de comunicação com destaque para as questões de público, forma, temporalidade e meios utilizados.

8.12.3 IDEIA CRIATIVA - DETALHAMENTO DE ANÁLISE: No subcritério que aborda a Ideia criativa, serão observadas nas propostas desta etapa das concorrentes:

a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia, conforme o Briefing em anexo.

b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante, incluindo relação com o tema proposto na Estratégia e justificativa;

c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo, bem como a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta junto a todos estes segmentos e de forma geral;

d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem, seja em sua sintaxe visual, seja em sua perspectiva semântica;

e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta e elementos de viabilidade de decodificação da campanha nos meios que foram propostas criativamente;

f) sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

g) a pluralidade dos desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados tanto de forma exemplificada, quanto de forma descritiva;

h) a exequibilidade das peças, estratégias criativas e do material e elementos legais eventualmente necessários à campanha conforme legislação vigente;

i) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.

j) o manejo e adequação da linguagem e composição imagética, demonstrada em sua unidade criativa e qualidade técnica e exemplos apresentados.

8.12.4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - DETALHAMENTO DE ANÁLISE: No subcritério que aborda a Estratégia de Mídia e Não Mídia, serão observadas nas propostas desta etapa das concorrentes:

a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação e mídia dos segmentos de público prioritários;

b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos, tanto demográficos quanto psicográficos, bem como uso de fontes fiáveis para embasamento.

c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores e sua proporcionalidade;

d) A clareza na apresentação dos resumos gerais da mídia e a existência dos raciais detalhados que derivam destes resumos gerais - em valores percentuais e absolutos bem como a relação de proporção das mídias com os recursos necessários para produção e desenvolvimento gráfico e eletrônico dos conteúdos da campanha simulada;

e) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia;

f) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material e dimensões de eficácia;

g) A otimização da mídia segmentada, alternativa, digital e de massa;

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

8.13 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – CRITÉRIO GERAL: Em uma dimensão geral serão avaliados, no caderno específico deste critério, a existência dos atributos aqui listados tendo os elementos pertinentes do Estudo Técnico Preliminar como parâmetros fundamentais.

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

a) Na carteira de clientes, a relevância do conceito de seus clientes e/ou produtos e serviços em seus mercados específicos, bem como dimensão de atuação;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias em geral e na área específica em que estão alocados;

c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia e as políticas de gestão afirmativa dessas pessoas durante o contrato, incluindo elementos que sinalizem estas políticas;

d) a adequação das instalações, da infraestrutura física e de tecnologia da informação e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do contrato, inclusas as dimensões de hardware, software e periféricos e gestão da segurança;

e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia e a licitante, esquematizado na proposta, incluindo sistematização clara e expressa de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, metodologias de tráfego e pautas, além das demais questões que explicitam o funcionamento e fluxo deste relacionamento;

f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;

g) Dos instrumentos de formação e informação disponibilizados pela concorrente à equipe no desenvolvimento dos seus trabalhos;

h) A existência de equipe dedicada e/ou exclusiva para o trato da conta de comunicação da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nestas condições (dedicadas, exclusivas ou eventuais) e sua consonância com as exigências presentes neste edital e as necessidades ideais da conta publicitária em disputa.

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

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

a) a ideia criativa e sua adequação e pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver as atividades da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia;

b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção de cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;

c) a clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas, sua capacidade de contextualização sem perda da concisão como princípio dos casos resumidos;

d) a exequibilidade das soluções diante das verbas propostas, não apenas pela facilidade de implantação, mas de sua relação particular com o impacto desejável junto aos públicos para as quais foram desenvolvidas;

e) tanto a diversidade de casos, como sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia.

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

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

a) presença de elementos diagnósticos e prognósticos que sejam capazes de evidenciar a atividade de planejamento publicitário;

b) na composição textual relatada, a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução apresentados nos casos de excelência escolhidos;

c) a relevância e concretude dos resultados apresentados ao cliente, ante ao pedido realizado e referendado pelo cliente;

d) as dimensões de fluidez e concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso.

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

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

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

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

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

a)	Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais da comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia e conhecimento genérico dos serviços prestados pela Secretaria de Municipal de Comunicação em todas as áreas contempladas pelo edital.	2,0 (dois) pontos
b)	Adequada compreensão dos elementos do Briefing proposto da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia, tanto em sua missão na construção do plano de comunicação institucional, quanto no âmbito da proposta simulada em questão.	4 (quatro) pontos
c)	Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação e adequação e clareza dos objetivos propostos.	4 (quatro) pontos

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

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

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

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

8.17.4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA – Pontuação: Máximo de 14 (quatorze) pontos, da seguinte forma:

a)	Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação (psicográficos e sócio-demográficos) e consequente capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, bem como da busca de fontes para embasar estes dados;	4 (quatro) pontos
b)	Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5 (cinco) pontos
c)	Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, incluídas métricas e rentabilidades mensuráveis e dimensões eficientes	5 (cinco) pontos

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

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

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

a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4 (quatro) pontos
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2 (dois) pontos
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia e o setor público.	4 (quatro) pontos

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

a)	A evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3 (três) pontos
b)	A consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4 (quatro) pontos
c)	A concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados.	3 (três) pontos

8.18. ESCALA DE AVALIAÇÃO DOS QUESITOS DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

8.18.3. Cada um dos critérios ou subcritérios receberá em formulário um código em letras referente ao índice alcançado e, a partir dele, serão calculados os pontos aferidos a partir do total máximo apresentado.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

b) Mesmo com a discussão colegiada, os avaliadores apresentarão conforme legislação em vigor relatórios com as planilhas individuais de notas seguindo os demais critérios estabelecidos para as escalas em cada categoria.

8.19. DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

8.19.3. Será desclassificada a proposta que:

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

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

8.19. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

ITEM	DESCONTO	NOTA
1	Desconto (em percentual) a ser concedido à Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia, sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados no guia referencial de preços do SINAPRO/AL - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Alagoas. Percentual mínimo de desconto: 30% (trinta por cento)	- Desconto inferior a 30%: Nota = 0,00 - Desconto igual ou superior a 30%: <i>O valor da pontuação será calculado pela fórmula a seguir:</i> Nota = 0,7 x DC <i>Onde DC é o desconto concedido na proposta da concorrente</i>
2	Honorários (em percentual) a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada. Percentual máximo de honorários: 4,5% (quatro e meio por cento)	- Honorário superior a 4,5%: Nota = 0,00 - Honorário igual ou inferior a 4,5%: <i>O valor da pontuação será calculado pela fórmula a seguir:</i> Nota = 4 x (15-H) <i>Onde H é o honorário a ser cobrado na proposta da concorrente</i>

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

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

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

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

a) A pontuação total que trata este item refere-se a nota final de preço a ser obtida pelas somas das pontuações conforme observado nas tabelas anteriormente apresentadas.

b) Caso a soma das pontuações dos descontos exceda o total de 100 (cem pontos), será considerado este valor a nota máxima, sendo os pontos que excederem os cem pontos desconsiderados para o cômputo da pontuação de preço.

c) Os demais preços e condições da proposta de preços devem estar presentes na proposta anexada, conforme modelo apresentado neste estudo técnico preliminar, mesmo que não sejam diretamente alvo de pontuação pelas candidatas.

8.20. CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS (PONTUAÇÃO FINAL)

8.20.1. A classificação das propostas far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos estabelecidos neste estudo técnico preliminar, mediante a aplicação da seguinte fórmula: $\text{Nota Final} = (\text{Nota Técnica} \times 0,70) + (\text{Nota de Preços} \times 0,30)$

8.20.2. A classificação final será efetuada em ordem decrescente de notas finais. Será considerada vencedora do certame a empresa que obtiver a maior pontuação final.

8.20.3. Se houver empate na classificação das empresas na fase de julgamento, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, no plano de comunicação publicitária (envelope 01), aos demais quesitos de comunicação publicitária (envelope 3) e, por fim, a pontuação obtida na proposta financeira (envelope 4).

8.20.4. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão de Licitação, cuja data será divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

Exigências de habilitação

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

Habilitação jurídica

8.22. Cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;

8.23. Registro comercial, em caso de empresa individual;

8.24. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;

a) Os documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;

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

Habilitação fiscal, social e trabalhista

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

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

8.27. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

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

8.29. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes Municipal relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

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

8.31. Caso o fornecedor seja considerado isento de tributo Municipal/Distrital relacionado ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

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

Qualificação Econômico-Financeira

8.33. Certidão negativa de falência ou insolvência civil expedida pelo distribuidor do domicílio ou sede do licitante, dentro do prazo de validade previsto na própria certidão, ou, na omissão desta, expedida a menos de 60 (sessenta) dias contados da data da sua apresentação;

8.34. Comprovação de que possui capital social mínimo equivalente a 10% (dez por cento) do valor total ofertado, através de certidão expedida pela Junta Comercial da respectiva sede ou Contrato Social.

8.35. Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), superiores a 1 (um), comprovados mediante a apresentação pelo licitante de balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais e obtidos pela aplicação das seguintes fórmulas:

I - Liquidez Geral (LG) = $(\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante})$;

II - Solvência Geral (SG) = $(\text{Ativo Total}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo não Circulante})$; e

III - Liquidez Corrente (LC) = $(\text{Ativo Circulante}) / (\text{Passivo Circulante})$.

8.36. Declaração assinada por profissional habilitado da área contábil que ateste a boa situação financeira do licitante, conforme o índice exigido no termo de referência.

8.37. As empresas que apresentarem resultado inferior a 1(um) em qualquer dos índices, deverão comprovar o capital social mínimo equivalente a 10% (dez por cento) do valor total ofertado

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

8.39. O balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.

Qualificação Técnica

8.40. Comprovação de aptidão para o fornecimento de bens similares de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior com o objeto desta contratação, ou com o item pertinente, por meio da apresentação de certidões ou atestados, por pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou regularmente emitido(s) pelo conselho profissional competente, quando for o caso.

8.40.1. Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial do fornecedor.

8.40.2. O fornecedor disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foi executado o objeto contratado, dentre outros documentos.

8.41. Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

9. E
S
T
I
M
A
T
I
V
A
S
D
O
V
A
L
O
R
D
A
C
O
N
T
R
A
T
A
Ç
Ã
O

Realizou-se pesquisa de preços em contratações recentes de serviços de publicidade e propaganda promovida por órgãos públicos de porte e características semelhantes, especialmente Prefeituras Municipais, identificando valores de referência entre **R\$ 966,249,39 anuais**.

9.1. Com base nessa média e na projeção de volume de campanhas, estima-se valor global de **R\$ 966,249,39** conforme memória de cálculo anexa, abrangendo honorários da agência e custos de produção.

10. A
D
E
Q
U
A
Ç
Ã
O
O
R
Ç
A
M
E
N
T
Á
R
I
A

10.1. As despesas decorrentes da contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento Geral do Município de Jequiá da Praia.

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

11. A
N
E
X
O
S

Anexo I – Briefing

Anexo II – Modelo de proposta de preços

Jequiá da praia, 12 de Junho de 2026.

Ana Vitória da Silva Santos
Auxiliar Administrativo
Secretaria Municipal de Governo e Comunicação

ANEXO I

BRIEFING DA CAMPANHA SIMULADA

1. INTRODUÇÃO

O município de Jequiá da Praia, localizado no litoral sul do Estado de Alagoas, foi criado pela Lei Estadual nº 5.675, de 03 de fevereiro de 1995, consolidando-se como um dos mais novos municípios do Estado.

Com território de aproximadamente 488 km², Jequiá da Praia apresenta um dos conjuntos naturais mais diversificados e preservados do litoral alagoano. Sua geografia reúne ecossistemas integrados, como lagoas (Jequiá, Azeda e Jacarecica), rios, manguezais, falésias, dunas e praias de caráter ainda pouco explorado.

O município se destaca por oferecer experiências turísticas diferenciadas, baseadas em:

- paisagens naturais preservadas;
- turismo de contemplação e aventura;
- forte presença da cultura local;
- gastronomia tradicional baseada na pesca;
- integração entre ambientes de água doce e salgada.

Entre seus principais atrativos, destacam-se:

- **Passeios pelo Rio Jequiá e manguezais**, com forte potencial ecológico;
- **Praias de Jacarecica do Sul e Lagoa Azeda**, com características mais selvagens;
- **Povoado de Duas Barras**, onde ocorre a convergência de lagoa, rio, mar e mangue;
- **Turismo de base comunitária e gastronomia local**, com forte identidade cultural.

Estudos acadêmicos e análises técnicas apontam que Jequiá da Praia possui **alto potencial de crescimento turístico sustentável**, especialmente pela preservação ambiental e pela singularidade dos seus ecossistemas.

O momento atual apresenta oportunidade estratégica para consolidar o município como destino turístico relevante no cenário estadual e regional.

2. PROBLEMA

Apesar do elevado potencial turístico e da riqueza ambiental existente, Jequiá da Praia ainda apresenta:

- baixa visibilidade no cenário turístico estadual e nacional;
- pouca consolidação de marca como destino turístico;
- percepção limitada do público sobre seus diferenciais naturais;
- baixa associação entre o município e experiências turísticas estruturadas.

Atualmente, destinos mais consolidados concentram maior fluxo de visitantes, mesmo com menor diversidade ambiental.

Existe, portanto, a necessidade de:

- posicionar Jequiá da Praia como destino turístico competitivo;
- ampliar sua presença no imaginário do público;
- comunicar seus diferenciais de forma clara e atrativa;
- fortalecer o turismo como vetor de desenvolvimento econômico local.

Risco: comunicação genérica, semelhante a outros destinos litorâneos, sem diferenciação clara.

3. DESAFIO

Desenvolver uma campanha institucional que:

- posicione Jequiá da Praia como destino turístico autêntico e diferenciado;
- evidencie a diversidade de seus ecossistemas e experiências;
- valorize o caráter ainda preservado e pouco explorado do território;
- estimule o interesse e o fluxo de visitantes;
- fortaleça o turismo como atividade econômica sustentável.

A campanha deverá respeitar os princípios da comunicação pública, especialmente:

- impessoalidade;
- interesse coletivo;
- caráter educativo e informativo;
- vedação à promoção pessoal de autoridades.

4. OBJETIVOS DA CAMPANHA

4.1 Objetivo Geral

Consolidar a imagem de Jequiá da Praia como destino turístico de natureza, experiência e autenticidade no Estado de Alagoas.

4.2 Objetivos Específicos

- Ampliar o conhecimento público sobre os atrativos turísticos do município;
- Posicionar Jequiá como destino diferenciado em relação ao litoral tradicional;
- Estimular o turismo sustentável e de experiência;
- Fortalecer o orgulho da população local;
- Contribuir para o desenvolvimento econômico por meio do turismo.

5. PÚBLICO-ALVO

Primário

- Turistas regionais (Alagoas, Nordeste e Brasil);
- Visitantes interessados em natureza, aventura e experiências autênticas;
- Público jovem e adulto com perfil explorador.

Secundário

- População local;
- Empreendedores do setor turístico;
- Formadores de opinião e influenciadores de turismo;
- Agências de viagem e operadores turísticos.

6. MENSAGEM CENTRAL

A campanha deverá desenvolver conceito que destaque: **Jequiá da Praia como um destino de natureza preservada, diversidade de ecossistemas e experiências únicas.**

O conceito deverá evitar generalizações e apresentar diferenciais reais, como:

- encontro entre lagoa e mar;
- paisagens ainda intocadas;
- integração entre natureza, cultura e gastronomia.

7. EIXOS TEMÁTICOS

As propostas deverão contemplar, no mínimo:

7.1. Natureza e biodiversidade

- lagoas, rios, manguezais, dunas e falésias;
- preservação ambiental;
- paisagens únicas.

7.2. Experiência turística

- passeios de barco;
- travessias;
- turismo de aventura;
- contemplação.

7.3. Território e autenticidade

- praias pouco exploradas;
- ambiente preservado;
- sensação de exclusividade.

7.4. Cultura e gastronomia

- pesca artesanal;
- culinária local;

- tradições comunitárias.

7.5. Sustentabilidade

- equilíbrio entre preservação e desenvolvimento;
- turismo responsável.

8. VERBA REFERENCIAL PARA SIMULAÇÃO: R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais), cuja distribuição deverá contemplar produção e mídia.

9. PRAZO DE VEICULAÇÃO (SIMULAÇÃO): Período de 90 dias.

10. PRAÇA

- Município de Jequiá da Praia – AL
- Alcance regional (Nordeste), podendo ser ampliado mediante justificativa estratégica.

11. LIMITAÇÕES

É vedado:

- uso de imagem ou nome de autoridades;
- promoção pessoal;
- linguagem político-partidária;
- comparações depreciativas com outros destinos.

12. C
R
I
T
É
R
I
O
S
D
E
A
V
A
L
I
A
Ç
Ã
O
(
R
E
S
U
M
O
)

- Clareza na compreensão do briefing;
- Consistência estratégica;
- Criatividade;
- Diferenciação do destino;
- Viabilidade técnica;
- Eficiência da estratégia de mídia.

13. R
E
S
U
L
T
A
D
O
E
S
P
E
R
A
D
O

A campanha deverá:

- ampliar o fluxo turístico;
- fortalecer a imagem do município;
- posicionar Jequiá como destino emergente;
- estimular o desenvolvimento econômico local;
- consolidar o turismo como vetor estratégico.

14. OBSERVAÇÃO FINAL

Este briefing orienta a elaboração das propostas técnicas, conforme a Lei nº 12.232/2010, não configurando direcionamento ou restrição à competitividade.

ANEXO II - Modelo de proposta de preços

À
PREFEITURA DE JEQUIÁ DA PRAIA
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO - CEL

Ref: Processo Licitatório **XX/2025** – Concorrência **01/2026**

OBJETO: Contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agência de propaganda, incluídos os serviços complementares, nos termos do art. 2º, § 1º, da Lei n.º 12.232/2010.

LABOX COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA, inscrito no CNPJ **11.653.365/0001-31**, com endereço na **Avenida da paz, 1864 - Terra Brasilis Corporate, Centro - Maceió - AL** por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) **Victor Avnes Crisostomo Taboza**, portador(a) da Carteira de Identidade N° **30171016** e do CPF N° **066.795.224-12**, apresenta a proposta abaixo:

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

a) percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia, sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados na tabela de preços do ABAP/AL – Associação Brasileira das Agências de Propaganda - Seccional Alagoas: **50% Cinquenta por cento; o percentual mínimo é de 50%.**

b) honorários (em percentual) a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da contratada, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: **15% quinze por cento. o percentual máximo é de 15%.**

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

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

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

III. à reimpressão ou reedição de serviços gráficos.

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

3. Outras declarações da proponente:

a) Comprometo-me a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia as vantagens obtidas;

b) Informo estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Minuta do Contrato

c) O preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

d) Comprometo-me a repassar à Prefeitura Municipal de Jequiá da Praia todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços.

e) Afirmo que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste subitem.

f) Comprometo-me a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

g) Comprometo-me a seguir todas as demais exigências em edital, declarando-me ciente do seu conteúdo.

4. Os trabalhos desenvolvidos internamente pela Agência serão remunerados de acordo com os valores constantes no Guia Referencial de Custos Internos da ABAP/AL – Associação Brasileira das Agências de Propaganda – Seccional Alagoas, aplicando-se o desconto oferecido na proposta do licitante.

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

ANEXO II

MINUTA DE CONTRATO

PROCESSO Nº digitar nº do proc. administrativo

CONTRATO Nº **XX/20XX-X**

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE **XXXXXX** QUE
ENTRE SI CELEBRAM O **XXXXXX**, E A EMPRESA
XXXXXXXXXX.

O **MUNICÍPIO DE XXXXXX**, com sede na administrativa no endereço **XXXXXXXXXX**, CEP **XXXXXX**, inscrito no CNPJ sob o nº **XXXXXX**, neste ato representado por seu Prefeito, Sr. **XXXXXXXXXX**, CPF nº **XXXXX** e RG nº **XXXXX**, no uso de suas atribuições legais, doravante denominado simplesmente CONTRATANTE, e a empresa **XXXXXXXXXX**, inscrita no CNPJ sob o nº **XXXXXX**, com sede na **XXXXXXXXXXXXXXXXXX**, CEP **XXXX**, no Município de **XXXXXX**, denominada CONTRATADA, neste ato representada pelo(a) Sr(a). **XXXXXX**, portador(a) da Cédula de Identidade nº **XXXX** e CPF nº **XXXXXX**, tendo em vista o que consta no **Processo nº xxxxxxxx**, e o resultado final da Concorrência nº **XX/20XX**, com fundamento na Lei nº 14.133/2021, e observadas as regras estabelecidas na Lei nº 12.232/2010, resolvem celebrar o presente instrumento, mediante as cláusulas e as condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

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

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

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

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

1.2. A contratação dos serviços, elencados no subitem 1.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação Publicitária que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

1.3. O planejamento previsto na alínea 'a' do subitem 1.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação Publicitária para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de performance e de resultados.

1.4. Os serviços previstos no subitem 1.1 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação Publicitária do órgão/entidade, na disseminação de informações junto à sociedade.

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

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

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

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

1.7. Vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

1.7.1. O Termo de Referência;

1.7.2. O Edital da Licitação;

1.7.3. A Proposta do contratado;

2. CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

2.1. O prazo de vigência da contratação é de 5 anos contados da sua divulgação no PNCP, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

2.1.1. A cada 12 (doze) meses de execução, a Administração deverá motivar a conveniência da continuidade da contratação mediante ato administrativo de autoridade competente atestando que o serviço e as condições praticadas no contrato permanecem vantajosos para a Administração, sendo permitida a negociação com o contratado.

2.1.2. Caso o Município tenha interesse em extinguir o contrato, sem quaisquer ônus, motivado na insuficiência de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem, a extinção ocorrerá apenas na próxima data de aniversário do contrato, desde que passado 02 (dois) meses do aniversário.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS

3.1. O regime de execução contratual, os modelos de gestão e de execução, assim como os prazos e condições de conclusão, entrega, observação e recebimento do objeto constam no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

4. CLÁUSULA QUARTA – SUBCONTRATAÇÃO

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

4.1.1. Em qualquer hipótese de subcontratação, permanece a responsabilidade integral do contratado pela perfeita execução contratual, cabendo-lhe realizar a supervisão e coordenação das atividades do subcontratado, bem como responder perante o contratante pelo rigoroso cumprimento das obrigações contratuais correspondentes ao objeto da subcontratação.

4.2. A subcontratação depende de autorização prévia do contratante, a quem incumbe avaliar se o subcontratado cumpre os requisitos de qualificação técnica necessários para a execução do objeto.

4.2.1. O contratado apresentará à Administração documentação que comprove a capacidade técnica do subcontratado, que será avaliada e juntada aos autos do processo correspondente.

4.3. É vedada a subcontratação de pessoa física ou jurídica, se aquela ou os dirigentes desta mantiverem vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na contratação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou se deles forem cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral, ou por afinidade, até o terceiro grau.

5. CLÁUSULA QUINTA – PREÇO

5.1. O valor anual deste contrato está estimado em R\$ XXXXXXXXXXXX (XXXXXXXXXXXXXXXXXX).

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

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

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

6. CLÁUSULA SEXTA – PAGAMENTO

6.1. O prazo para pagamento ao contratado e demais condições a ele referentes encontram-se definidos no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

7. CLÁUSULA SÉTIMA – REAJUSTE

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

7.1.1. A CONTRATADA deverá apresentar à CONTRATANTE, o pedido de reajuste do valor a ser praticado nos 12 (doze) meses subsequentes.

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

7.2. O reajuste se dará de acordo com a lei vigente, em especial o Decreto nº 1.054/1994, alterado pelo Decreto nº 1.110/1994, a Lei nº 9.069/1995, e a Lei nº 10.192/2001, ou em conformidade com outra norma que vier a ser editada pelo Poder Público, com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, utilizando-se da seguinte fórmula: $R = V \times I - I_0$, onde

R= Valor do reajuste procurado

V= Valor contratual do produto ou serviço a ser reajustado

I= Índice relativo à data do reajuste

Io= Índice inicial ou índice de preços na data da entrega da Proposta

7.3. O reajuste será realizado por apostilamento.

8. CLÁUSULA OITAVA – OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

8.1. São obrigações do Contratante:

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

8.1.2. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Termo de Referência;

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

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

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

8.1.6. Efetuar o pagamento ao Contratado do valor correspondente ao fornecimento do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente Contrato;

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

8.1.8. Cientificar a Procuradoria Geral do Município para adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento de obrigações pelo Contratado;

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

8.1.10. Comunicar o Contratado na hipótese de posterior alteração do projeto pelo Contratante, no caso do art. 93, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021.

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

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

9. CLÁUSULA NONA – OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO

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

9.1.1. Manter preposto aceito pela Administração para representá-lo na execução do contrato.

9.1.1.1. A indicação ou a manutenção do preposto da empresa poderá ser recusada pelo órgão ou entidade, desde que devidamente justificada, devendo a empresa designar outro para o exercício da atividade.

9.1.2. Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal do contrato ou autoridade superior;

9.1.3. Alocar os empregados necessários ao perfeito cumprimento das cláusulas deste contrato, com habilitação e conhecimento adequados, fornecendo os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios demandados, cuja quantidade, qualidade e tecnologia deverão atender às recomendações de boa técnica e a legislação de regência;

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

9.1.5. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor, bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo Contratante, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida no edital, o valor correspondente aos danos sofridos;

9.1.6. Não contratar, durante a vigência do contrato, cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente do contratante ou do fiscal ou gestor do contrato, nos termos do artigo 48, parágrafo único, da Lei nº 14.133, de 2021;

9.1.7. Responsabilizar-se pelo cumprimento das obrigações previstas em Acordo, Convenção, Dissídio Coletivo de Trabalho ou equivalentes das categorias abrangidas pelo contrato, por todas as obrigações trabalhistas, sociais, previdenciárias, tributárias e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade ao Contratante;

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

9.1.9. Prestar todo esclarecimento ou informação solicitada pelo Contratante ou por seus prepostos, garantindo-lhes o acesso, a qualquer tempo, ao local dos trabalhos, bem como aos documentos relativos à execução do empreendimento.

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

9.1.11. Promover a guarda, manutenção e vigilância de materiais, ferramentas, e tudo o que for necessário à execução do objeto, durante a vigência do contrato.

9.1.12. Conduzir os trabalhos com estrita observância às normas da legislação pertinente, cumprindo as determinações dos Poderes Públicos, mantendo sempre limpo o local dos serviços e nas melhores condições de segurança, higiene e disciplina.

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

9.1.14. Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação;

9.1.15. Comprovar a reserva de cargos a que se refere a cláusula acima, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas;

9.1.16. Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato;

9.1.17. Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no art. 124, II, d, da Lei nº 14.133, de 2021.

9.1.18. Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas de segurança do contratante;

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

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

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

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

a) Rastreabilidade dos pagamentos de mídia: apresentação de mapas de mídia, faturas/notas e recibos, com conciliação vinculada ao plano de distribuição;

b) Segregação e governança de contas digitais: contas criadas deverão ser de propriedade do Município, operadas com credenciais institucionais e entrega de senhas ao fim da vigência;

c) Aprimoramento redacional: continuidade do serviço ao fim da vigência mediante adequada transição;

d) Checklist de impedimentos/suspensões: anexar modelos de declaração de impedimento/suspensão e compromisso de sigilo assinados pelos membros da Subcomissão.

9.4. A CONTRATADA é a titular dos direitos autorais patrimoniais sobre todos os trabalhos publicitários desenvolvidos pelos seus profissionais, concedendo à CONTRATANTE, neste ato e por este instrumento, a utilização de todas aquelas durante a vigência do presente contrato e/ou de suas

renovações, aplicando-se as disposições da Lei 4.680/65, bem como do Decreto n. 57.690/66 e a Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

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

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

10. CLÁUSULA DÉCIMA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

10.1. A contratação conta com garantia de execução, nos moldes do art. 96 da Lei nº 14.133, de 2021, em valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor inicial/total/anual do contrato.

10.2. Caso utilizada a modalidade de seguro-garantia, a apólice deverá ter validade durante a vigência do contrato acrescido de 90 (noventa) dias após o término da vigência contratual, permanecendo em vigor mesmo que o contratado não pague o prêmio nas datas convencionadas.

10.3. A apólice do seguro garantia deverá acompanhar as modificações referentes à vigência do contrato principal mediante a emissão do respectivo endosso pela seguradora.

10.4. Será permitida a substituição da apólice de seguro-garantia na data de aniversário, desde que mantidas as condições e coberturas da apólice vigente e nenhum período fique descoberto, ressalvado o disposto no item 10.6 deste contrato.

10.5. Caso utilizada outra modalidade de garantia, somente será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, será atualizada monetariamente.

10.6. Na hipótese de suspensão do contrato por ordem ou inadimplemento da Administração, o contratado ficará desobrigado de renovar a garantia ou de endossar a apólice de seguro até a ordem de reinício da execução ou o adimplemento pela Administração.

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

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

10.7.2. multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à contratada; e

10.7.3. obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza e para com o FGTS, não adimplidas pelo contratado, quando couber.

10.8. A modalidade seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no item 10.7, observada a legislação que rege a matéria.

10.9. Caso a opção seja por utilizar títulos da dívida pública, estes devem ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia.

10.10. No caso de garantia na modalidade de fiança bancária, deverá ser emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil, e deverá constar expressa renúncia do fiador aos benefícios do artigo 827 do Código Civil.

10.11. No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser ajustada ou renovada, seguindo os mesmos parâmetros utilizados quando da contratação.

10.12. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, o Contratado obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data em que for notificada.

10.13. O Contratante executará a garantia na forma prevista na legislação que rege a matéria.

10.13.1. O emitente da garantia ofertada pelo contratado deverá ser notificado pelo contratante quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais.

10.13.2. Caso se trate da modalidade seguro-garantia, ocorrido o sinistro durante a vigência da apólice, sua caracterização e comunicação poderão ocorrer fora desta vigência, não caracterizando fato que justifique a negativa do sinistro, desde que respeitados os prazos prescricionais aplicados ao contrato de seguro.

10.14. Extinguir-se-á a garantia com a restituição da apólice, carta fiança ou autorização para a liberação de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, acompanhada de

declaração do contratante, mediante termo circunstanciado, de que o contratado cumpriu todas as cláusulas do contrato;

10.15. O garantidor não é parte para figurar em processo administrativo instaurado pelo contratante com o objetivo de apurar prejuízos e/ou aplicar sanções à contratada.

10.16. O contratado autoriza o contratante a reter, a qualquer tempo, a garantia, na forma prevista no Edital e neste Contrato.

10.17. Além da garantia de que tratam os arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133/21, a presente contratação possui previsão de garantia contratual do bem a ser fornecido, incluindo manutenção e assistência técnica, conforme condições estabelecidas no Termo de Referência.

10.17.1. A garantia de execução é independente de eventual garantia do produto prevista especificamente no Termo de Referência.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

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

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

11.1.1. Advertência, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

11.1.2. Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas "b", "c" e "d" do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

11.1.3. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas "e", "f", "g" e "h" do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas "b", "c" e "d", que justifiquem a imposição de penalidade mais grave.

11.1.4. Multa:

- a) 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;
- b) *Moratória de 0,66% 0,66% (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor total do contrato, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias ou pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.*
- c) Compensatória de 15% a 30% sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto.

11.2. A penalidade de multa pode ser aplicada cumulativamente com as demais sanções.

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

11.4. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

11.5. As multas serão recolhidas em favor do Município de Jequiá da Praia, no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente, ou, quando for o caso, inscritas na Dívida Ativa e cobradas judicialmente.

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

11.7. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou

parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante.

11.8. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta nos termos do art.158 da Lei nº 14.133/2021.

11.9. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante

11.10. Na aplicação das sanções serão considerados:

11.10.1. a natureza e a gravidade da infração cometida;

11.10.2. as peculiaridades do caso concreto;

11.10.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

11.10.4. os danos que dela provierem para a Administração Pública;

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA EXTINÇÃO CONTRATUAL

12.1. O contrato se extingue quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contraentes.

12.2. O contrato pode ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para o Contratante, quando esta não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

12.2.1. A extinção nesta hipótese ocorrerá na próxima data de aniversário do contrato, desde que haja a notificação do contratado pelo contratante nesse sentido com pelo menos 2 (dois) meses de antecedência desse dia.

12.2.2. Caso a notificação da não-continuidade do contrato de que trata este subitem ocorra com menos de 2 (dois) meses da data de aniversário, a extinção contratual ocorrerá após 2 (dois) meses da data da comunicação.

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

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

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

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

12.5. O termo de rescisão, sempre que possível, será precedido:

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

12.5.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

12.5.3. Indenizações e multas.

12.6. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

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

Órgão: 03000 - Secretaria Municipal de Governo e Comunicação - SMGC

Unidade Orçamentária: 03001 - Secretaria Municipal de Governo e Comunicação - SMGC

Dotação: 04.122.0005.2007 – Gestão das Ações e Serv. Técnicos Administrativos da SMGC;

Elemento: 3390390000 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

Fonte: 15000000 – Recursos não vinculados de impostos

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

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DOS CASOS OMISSOS

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

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – ALTERAÇÕES

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

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

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

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – PUBLICAÇÃO

16.1. Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet e no Diário do Município.

17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA– FORO

17.1. Fica eleito o Foro da Comarca de São Miguel dos Campos – AL, para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação, conforme art. 92, §1º, da Lei nº 14.133/21.

E assim, por estarem de acordo, ajustados e contratados, após lido e achado conforme, as partes a seguir firmam o presente Contrato em 02 (duas) vias, de igual teor e forma, para um só efeito.

Município de XXXXXX, XX de XXXXXX de XXXX.

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Pela CONTRATANTE

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Pela CONTRATADA

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

GESTOR

ANEXO DO CONTRATO Nº PEXX/20XX-X

Este documento é parte do Contrato acima referenciado, celebrado entre o Município de **XXXXXX** e a empresa **XXXXXXXXXX**, cujos itens e respectivos preços estão a seguir descritos na proposta de preços anexada, em face da realização do Pregão Eletrônico nº **XX/20XX**.