EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 011/2026
PROCESSO DE LICITAÇÃO Nº 013/2026

CONTRATANTES

MUNICÍPIO DE ÁGUA PRETA
FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE
FUNDO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO
FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
SAAE – SERVIÇO AUTÔNOMO DE ÁGUA E ESGOTO DE ÁGUA PRETA
AGUAPREVI - INSTITUTO DE PREVIDÊNCIA MUNICIPAL

OBJETO

Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias de caráter educativo, informativo e de orientação social do Município de Água Preta, Fundos Municipais, SAAE e Fundo de Previdência Municipal.

VALOR ESTIMADO TOTAL DA CONTRATAÇÃO
R$ 635.000,00 (seiscentos e trinta e cinco mil reais).

DATA DA SESSÃO PÚBLICA
Dia **05/11/2026, às 10h**, horário de Brasília.

CRITÉRIO DE JULGAMENTO
Técnica e preço

FORMA DE JULGAMENTO
Pesos mínimos: **70% técnica** e **30% preço**

TRATAMENTO FAVORECIDO
Preferência ME/EPP/equiparadas, quando cabível.

EDITAL

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. O MUNICÍPIO DE ÁGUA PRETA/PE, Estado de Pernambuco, torna público, para conhecimento dos interessados, que realizará licitação, na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante aplicação complementar das Leis nº 4.680/1965, com as devidas atualizações, e da NLLC nº 14.133/2021, além das disposições deste Edital e de seus anexos.

1.3. As disposições deste Edital, de seus anexos, do Termo de Referência/Projeto Básico, da minuta contratual e dos demais documentos integrantes do certame deverão ser interpretados de forma sistemática, observando-se os princípios da legalidade, da vinculação ao instrumento convocatório, da isonomia, da transparência, da competitividade, do julgamento objetivo e da segurança jurídica.

1.4. Em caso de divergência material entre quadros, tabelas, anexos e cláusulas, prevalecerá, sucessivamente:
I – o valor global estimado oficialmente indicado no item próprio do edital e no mapa de formação de preços;
II – a descrição técnica constante do Termo de Referência/Projeto Básico;
III – a minuta contratual, desde que compatível com o instrumento convocatório;
IV – o entendimento que melhor preserve a competitividade e o julgamento objetivo, mediante decisão motivada da Comissão de Contratação.

1.5. Antes da sessão de abertura, a Administração promoverá revisão final de consistência textual, especialmente quanto a valores, quantitativos, número de cases, critérios de pontuação, prazos e anexos, com eventual publicação de errata, se necessária.

2. OBJETO

2.1. O objeto da presente concorrência é a **contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias de caráter educativo, informativo e de orientação social do Município de Água Preta e Fundos Municipais, SAAE e Fundo de Previdência Municipal**.

\2.2. Fica expressamente vedada a prestação de serviços não publicitários, conforme art. 2º, § 1º, da Lei nº 12.232/2010.

2.3. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

I – Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

II – à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;

III – à produção de conteúdo, à criação e à execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais;

IV – à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias.

2.4. A contratação dos serviços elencados neste item tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir idéias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas ou informar e orientar o público em geral.

2.5. O planejamento previsto neste item objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais quanto digitais, para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados, devendo prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.6. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos no inciso I do item 2.3 terão a finalidade de:

I – Gerar conhecimento sobre o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

II – Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

III – Possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.7. Os serviços previstos neste item não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de pesquisa de opinião pública, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa, nem a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.8. Não se incluem no conceito de patrocínio os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

2.9. Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

2.10. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

2.11. A agência atuará por ordem e conta do Município de Água Preta/PE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o item 2.3, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.12. A agência não poderá subcontratar outras agências de propaganda para a execução de serviços previstos neste Edital.

2.13. A agência atuará de acordo com solicitação do Município e dos Fundos Municipais, SAAE e Fundo de Previdência Municipal, observadas suas diretrizes, regras e normativas estabelecidas.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em R$ 635.000,00 (seiscentos e trinta e cinco mil reais) pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2026 consta da Lei Orçamentária Anual, nas dotações indicadas no presente edital e em seus anexos.

3.3. O Município de Água Preta, Fundos Municipais, SAAE e Fundo de Previdência Municipal, reservam-se no direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.4. No interesse do Contratante, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 125 da Lei nº 14.133/2021.

3.5. Se o Contratante optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.6. Na prorrogação, o Contratante poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

3.7. O Contratante poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Poderão participar desta concorrência as agências de propaganda que atenderem às condições deste Edital e apresentarem os documentos nele exigidos.

4.2. Não poderão participar desta concorrência as agências de propaganda:

I – Que estiverem cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiverem impedidas de contratar com a Administração Pública;

II – Cuja falência tenha sido decretada ou que estiverem em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução,

cisão, fusão ou incorporação;

III – Que tenham sido consideradas inidôneas pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;

IV – Estrangeiras que não funcionem no País;

V – Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o Município de Água Preta;

VI – Que estejam reunidas em consórcio.

4.3. Para análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao CEIS, ao CNEP e aos cadastros pertinentes de sanções e condenações, em harmonia com a legislação aplicável.

4.4. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta.

4.5. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante:

I – A confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o invólucro padronizado previsto neste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência;

II – A aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital;

III – A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.6. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo o Município responsável por tais custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

5. RETIRADA DO EDITAL

5.1. Este Edital será fornecido pelo Município de forma gratuita, podendo ser retirado por meio do site institucional ou solicitado pelo e-mail indicado neste instrumento, observado os procedimentos ali previstos.

- Edital na íntegra: à disposição dos interessados na Sede da Prefeitura da Água Preta, Sala da CC, na Praça dos três Poderes, 3182, Centro, Água Preta/PE, CEP: 55.550-000, ou através do site da BNC: https://bnccompras.com/Home/Login; Informações podem ser obtidas através do E-mail: cplaguapreta2024@gmail.com, no horário de 08:00h às 13:00h, de segunda a sexta-feira.

5.2. O interessado em participar desta licitação obriga-se a acompanhar o Diário Oficial dos Municípios e o endereço eletrônico oficial do Município, bem como eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1. Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 3 dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito.

6.2. Os pedidos de esclarecimentos poderão ser protocolizados fisicamente ou encaminhados por correio eletrônico, conforme os canais indicados neste Edital.

6.3. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos em até 3 dias úteis.

6.4. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos exclusivamente mediante divulgação nos meios oficiais da Administração, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.5. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica referente ao Invólucro nº 1.

6.6. 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.

6.7. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivo para alteração da data e do horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1. O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente no Setor de Licitações da Prefeitura Municipal de Água Preta/PE, no endereço indicado neste instrumento.

7.2. A impugnação também poderá ser enviada por e-mail, observados os prazos descritos neste Edital. Nesse caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e nos horários previstos, em até 3 dias úteis antes da data de abertura do certame.

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

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

7.5. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista na legislação aplicável.

7.6. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital o cidadão e/ou licitante que não se manifestar no prazo legal.

7.7. Considera-se licitante, para efeito deste item, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

8.2. Os documentos mencionados no item anterior deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

8.3. Quando a representação for exercida por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá na cópia do ato constitutivo ou da ata de eleição, conforme o caso, acompanhada dos documentos que comprovem os poderes de representação.

8.4. 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, com os poderes necessários para atuação no certame.

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

8.6. 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 substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

8.7. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador, que efetuará a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados neste Edital.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação **em 5 invólucros** distintos e separados, conforme disposto neste Edital.

9.2. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos na data, hora e local indicados no aviso da licitação.

9.3. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação.

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

9.5. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios, obedecerão ao disposto neste Edital e à legislação aplicável.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

10.1.1. Invólucro nº 1

10.1.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

10.1.1.2. Somente será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada acondicionado em invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação.

10.1.1.3. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria.

10.1.1.4. O Invólucro nº 1 não poderá:

I – Ter nenhuma identificação;

II – Apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

III – Estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

10.1.2. Invólucro nº 2

10.1.2.1. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

10.1.2.2. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a identificação da licitante e da concorrência.

10.1.2.3. O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável até sua abertura.

10.1.3. Invólucro nº 3

10.1.3.1. No Invólucro nº 3 deverá estar acondicionado a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

10.1.3.2. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a identificação da licitante e da concorrência.

10.1.3.3. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável até sua abertura.

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

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos previstos neste Edital.

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

11.3. O Plano de Comunicação Publicitária será apresentado em duas vias: uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria.

11.4. O Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária, na via não identificada, observará as orientações formais previstas neste Edital.

11.5. O Subquesito 1 – Raciocínio Básico consistirá na apresentação da análise das características e especificidades da Contratante, do diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas e da compreensão do desafio e dos objetivos estabelecidos no Briefing.

11.6. O Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária consistirá na apresentação e defesa da estratégia proposta para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, compreendendo a explicitação do partido temático, do conceito e dos pontos centrais da estratégia.

11.7. O Subquesito 3 – Idéia Criativa consistirá na apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando a relação de todas as peças publicitárias julgadas necessárias e os exemplos das peças mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente a proposta.

11.8. Os exemplos de peças publicitárias ficam limitados a 10, independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou da sua característica.

11.9. O Subquesito 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia consistirá na demonstração da proposta de distribuição das mensagens, dos meios e dos recursos, observando a racionalidade da aplicação dos investimentos e a adequação aos públicos e objetivos de comunicação.

11.10. Os subquesitos da proposta técnica, seus limites máximos de pontuação, o número de peças exigidas, o número de relatos admitidos e os critérios de avaliação deverão permanecer uniformes em todo o Edital e seus anexos.

11.11. Havendo qualquer menção divergente quanto à quantidade de peças, relatos de solução de problemas, documentos comprobatórios ou elementos do Plano de Comunicação Publicitária, a Administração publicará esclarecimento ou errata antes da fase de recebimento das propostas.

11.12. Não será admitida interpretação ampliativa ou restritiva de exigência técnica que comprometa a isonomia entre os licitantes.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

12.1. O julgamento da licitação observará o tipo **técnica e preço**, nos termos da legislação aplicável aos serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

12.2. A nota final de cada licitante será apurada pela ponderação entre a Nota Técnica e a Nota de Preço, observados os seguintes pesos:

I – Nota Técnica: 70%;
II – Nota de Preço: 30%.

12.3. A Nota Final será calculada pela fórmula:
NF = (NT x 0,70) + (NP x 0,30)
onde:
I – NT = Nota Técnica da licitante;
II – NP = Nota de Preço da licitante.

12.4. Será desclassificada a proposta técnica que não atingir a nota mínima de habilitação técnica prevista neste Edital.

12.5. A proposta técnica será avaliada conforme os subquesitos e respectivas pontuações máximas definidos neste Edital, devendo cada nota ser acompanhada de justificativa sucinta e objetiva pela Subcomissão Técnica.

12.6. Para cada subquesito da proposta técnica, deverão ser observados os parâmetros de julgamento definidos neste Edital, com especial atenção à aderência ao briefing, à clareza, à pertinência estratégica, à exequibilidade, à economicidade, à compatibilidade com os objetivos institucionais e à observância às diretrizes de acessibilidade, inclusão e interesse público.

12.7. A Comissão e a Subcomissão Técnica adotarão, sempre que possível, descritores qualitativos por faixa de nota, conforme anexo próprio, a fim de assegurar padronização decisória e redução de subjetividade.

12.8. Em caso de empate na nota final, serão aplicados, sucessivamente, os seguintes critérios de desempate:
I – Maior Nota Técnica;
II – Maior nota no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária;
III – Maior nota no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia;
IV – Persistindo o empate, sorteio em ato público, com prévia convocação dos licitantes.

13. FISCALIZAÇÃO, EXECUÇÃO E COMPROVAÇÃO CONTRATUAL

13.1. A execução contratual será acompanhada e fiscalizada por gestor e fiscal do contrato formalmente designados, sem prejuízo da atuação dos órgãos de controle interno e externo.

13.2. Compete à contratada apresentar, para cada demanda autorizada, no mínimo:

I – Briefing validado pela unidade demandante;
II – Plano de atendimento, com cronograma, responsáveis e entregáveis;
III – Orçamento detalhado, com indicação de custos internos, honorários, produção externa, mídia e não mídia;
IV – Mapa comparativo de propostas, quando houver contratação de fornecedores externos;
V – Comprovação da execução dos serviços e da veiculação realizada;
VI – Relatório de resultados, alcance e desempenho, quando aplicável.

13.3. A contratada deverá apresentar relatório mensal consolidado de execução contratual, contendo, no mínimo:

I – Campanhas executadas no período;
II – Peças produzidas;
III – Veículos e meios utilizados;
IV – Valores autorizados, executados e pendentes;
V – Fornecedores terceiros contratados;
VI – Descontos obtidos e efetivamente repassados à Administração;
VII – Saldo contratual global e saldo por unidade administrativa;
VIII – Ocorrências, glosas, ajustes e justificativas.

13.4. O pagamento ficará condicionado à apresentação da documentação comprobatória da execução, da veiculação e da regularidade fiscal e trabalhista exigida, sem prejuízo das demais exigências previstas em contrato.

13.5. A Administração poderá glosar, total ou parcialmente, valores correspondentes a serviços não comprovados, executados em desacordo com a autorização emitida, em desconformidade com o planejamento aprovado ou sem documentação idônea suficiente.

13.6. A contratada manterá arquivo físico ou digital organizado de todas as peças, ordens de serviço, aprovações, comprovantes de veiculação, relatórios e documentos financeiros vinculados à execução contratual, pelo prazo legal aplicável.

13.7. O recebimento dos serviços ocorrerá em duas etapas:

I – Recebimento provisório, mediante verificação formal da entrega dos documentos, peças, comprovantes e relatórios exigidos;

II – Recebimento definitivo, após análise da conformidade técnica, documental e financeira da execução.

13.8. Constatadas pendências ou inconsistências, a contratada será notificada para saneamento no prazo fixado pela fiscalização, sem prejuízo da aplicação das sanções cabíveis.

13.9. O recebimento definitivo não exclui a responsabilidade civil, ética, técnica e legal da contratada pela adequação dos serviços prestados.

13.10. A comprovação da efetiva veiculação das ações de mídia deverá ser feita por documentação idônea, conforme a natureza do meio utilizado, podendo incluir declarações dos veículos, relatórios técnicos, prints autenticáveis, registros audiovisuais, mapas de inserção, fotos georreferenciadas ou outros elementos equivalentes.

13.11. Nos meios digitais, a comprovação deverá conter, sempre que possível, métricas de alcance, impressões, cliques, visualizações, segmentação, período de entrega e demais indicadores pertinentes.

13.12. A Administração poderá exigir relatórios complementares para aferição da conformidade da entrega e da razoabilidade do investimento público.

14. TRANSPARÊNCIA, ACESSIBILIDADE, INTEGRIDADE E GOVERNANÇA

14.1. A Administração promoverá a divulgação, em seção específica do portal oficial da transparência ou sítio institucional, de informações mínimas relativas à execução do contrato, observadas as hipóteses legais de sigilo.

14.2. Deverão ser publicadas, sempre que possível:

I – Objeto da campanha ou ação institucional;
II – Unidade administrativa demandante;
III – Valor autorizado e valor executado;
IV – Período de veiculação;
V – Meios e veículos utilizados;
VI – Fornecedores terceirizados eventualmente contratados;
VII – Relatórios consolidados de execução financeira e física.

14.3. A divulgação de que trata esta cláusula observará a legislação de proteção de dados pessoais, de acesso à informação e de integridade administrativa.

14.4. As campanhas, peças e ações de comunicação desenvolvidas no âmbito do contrato deverão observar, sempre que tecnicamente compatível com o meio utilizado, diretrizes de acessibilidade comunicacional e linguagem cidadã.

14.5. A contratada deverá considerar, no planejamento e na execução das ações, medidas como:

I – Legendagem em conteúdos audiovisuais;
II – inserção de recursos de LIBRAS, quando cabível;
III – audiodescrição, quando aplicável;
IV – linguagem clara, simples e acessível ao público em geral;
V – adequação de formatos para meios digitais e dispositivos móveis;
VI – atenção específica a públicos vulneráveis, população idosa, pessoas com deficiência, moradores da zona rural e cidadãos com baixo letramento digital.

14.6. Sempre que a natureza da campanha exigir, a proposta deverá indicar os recursos de acessibilidade previstos, sua justificativa técnica e sua compatibilidade com os objetivos de comunicação.

14.7. O descumprimento injustificado das diretrizes de acessibilidade aprovadas para cada campanha poderá ensejar glosa, refazimento ou aplicação de penalidade, na forma do contrato.

14.8. O planejamento de comunicação deverá indicar, de forma objetiva, os públicos prioritários da ação, as barreiras de comunicação identificadas, os meios mais adequados para alcance e a justificativa da estratégia adotada.

14.9. Sempre que pertinente, a contratada deverá demonstrar como a campanha dialogará com diferentes perfis populacionais, inclusive quanto à faixa etária, condição socioeconômica, acesso digital, localização territorial e necessidades específicas de acessibilidade.

14.10. A efetividade social da comunicação constitui critério relevante de conformidade da execução contratual.

14.11. O valor estimado da contratação será executado de acordo com a distribuição orçamentária prevista neste Edital, por unidade administrativa demandante, observadas as dotações próprias.

14.12. A contratada deverá apresentar, em seus relatórios mensais, a identificação individualizada das despesas por órgão/entidade contratante, com indicação da campanha vinculada e do saldo remanescente.

14.13. Eventual remanejamento de estimativas entre unidades administrativas, quando juridicamente admissível e orçamentariamente autorizado, dependerá de justificativa formal da Administração, preservada a finalidade pública e a compatibilidade com o objeto contratado.

14.14. É vedada a execução de despesas sem prévia autorização formal da unidade competente.

14.15. A contratação de fornecedores ou prestadores de serviços especializados para execução externa dependerá de procedimento formal de cotação, observado o princípio da economicidade, ressalvadas as hipóteses justificadas pela singularidade técnica do objeto.

14.16. Sempre que aplicável, a contratada deverá apresentar no mínimo 3 cotações válidas, com justificativa da escolha realizada, submetendo o processo à aprovação da Administração.

14.17. Toda vantagem, desconto, bonificação, rebate ou condição comercial obtida em favor da execução contratual deverá ser integralmente revertida à contratante, vedada sua retenção indevida.

14.18. A contratada responderá pela idoneidade da documentação apresentada, pela regularidade da contratação do terceiro e pela conformidade técnica do serviço executado.

14.19. Toda comunicação executada no âmbito do contrato deverá observar finalidade pública, caráter educativo, informativo ou de orientação social, vedada a promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

14.20. A contratada deverá observar no que couber, a legislação aplicável à publicidade governamental, à proteção de dados pessoais, ao direito autoral, à defesa do consumidor, à integridade administrativa e às normas de autorregulação publicitária.

14.21. A contratada responderá por conteúdos, imagens, trilhas, roteiros, peças, impulsionamentos e demais materiais utilizados sem a devida licença, autorização ou cessão de direitos.

15. HABILITAÇÃO

15.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em invólucro próprio, separado e lacrado, na forma prevista neste Edital.

15.2. A habilitação jurídica, fiscal, trabalhista, econômico-financeira e técnica observará as exigências da Lei nº 14.133/2021, da Lei nº 12.232/2010 e das disposições específicas deste Edital.

15.3. A documentação exigida para habilitação deverá estar válida na data da sessão de recebimento dos documentos, observadas as hipóteses legais de atualização e regularização.

15.4. Serão inabilitadas as licitantes que deixarem de apresentar qualquer documento exigido neste Edital, apresentarem documentação com vício insanável ou não atenderem às condições de habilitação estabelecidas.

15.5. A Comissão Especial de Licitação poderá promover diligência para esclarecer dúvidas sobre documentos apresentados, vedada a inclusão posterior de documento que deveria ter sido entregue no momento próprio, salvo as hipóteses admitidas pela legislação.

15.6. A regularidade fiscal e trabalhista poderá ser comprovada mediante apresentação de certidões emitidas pelos órgãos competentes, em plena validade.

16. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

16.1. A qualificação técnica da licitante será comprovada mediante a apresentação da documentação exigida neste Edital e na legislação aplicável.

16.2. A licitante deverá comprovar que possui capacidade técnica compatível com o objeto da contratação, por meio de documentos que demonstrem aptidão para execução de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda.

16.3. A licitante deverá apresentar certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010, quando exigido para a contratação.

16.4. A comprovação da capacidade de atendimento, do repertório e dos relatos de soluções de problemas de comunicação observará os critérios definidos no capítulo específico da Proposta Técnica.

16.5. A Subcomissão Técnica avaliará a consistência, a pertinência e a exequibilidade das informações apresentadas, conforme os parâmetros previstos neste Edital.

17. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES

17.1. O quesito Capacidade de Atendimento deverá demonstrar a aptidão operacional da licitante para atender às demandas da Contratante, considerando estrutura, equipe, experiência e organização interna.

17.2. O quesito Repertório deverá conter trabalhos anteriores que evidenciem a qualidade técnica da licitante, observadas as regras de apresentação e anonimização previstas neste Edital.

17.3. O quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação deverá apresentar situações reais enfrentadas pela licitante e as respectivas soluções adotadas, com demonstração de efetividade e coerência técnica.

17.4. Os relatos deverão ser objetivos, verídicos e compatíveis com a realidade dos serviços executados, sendo vedada a apresentação de informação inverídica, simulada ou sem lastro documental.

17.5. Os limites de peças, relatos e elementos de apoio deverão obedecer ao que estiver expressamente definido neste Edital e em seus anexos, vedada ampliação por interpretação.

18. PROPOSTA DE PREÇOS

18.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada em invólucro próprio, conforme modelo e regras deste Edital.

18.2. A proposta deverá conter a identificação da licitante, a declaração de pleno conhecimento das condições da contratação e os percentuais de remuneração ofertados, observados os limites e condições legais.

18.3. Os percentuais, descontos e demais componentes econômicos da Proposta de Preços deverão observar o modelo estabelecido no Edital, sem inclusão de condições restritivas, alternativas ou condicionais.

18.4. Será desclassificada a proposta que apresentar vícios de forma ou de conteúdo, que contrariar as exigências do Edital ou que estiver em desacordo com a legislação pertinente.

18.5. A avaliação da proposta de preços observará exclusivamente os critérios objetivos definidos neste Edital.

19. JULGAMENTO FINAL E CLASSIFICAÇÃO

19.1. Encerrada a fase de julgamento técnico e de preços, será apurada a nota final das licitantes, de acordo com os critérios previstos neste Edital.

19.2. A classificação final observará a ordem decrescente da nota final obtida por cada licitante.

19.3. Serão desclassificadas as licitantes que não alcançarem a pontuação mínima exigida na proposta técnica ou que apresentarem proposta de preços em desconformidade com o edital.

19.4. O resultado do julgamento será devidamente motivado e publicado nos meios oficiais de divulgação.

19.5. A Comissão Especial de Licitação elaborará ata circunstanciada de todos os atos praticados, com registro das ocorrências relevantes, das pontuações atribuídas e das decisões adotadas.

20. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

20.1. Dos atos praticados na presente concorrência caberá recurso administrativo, nos termos da legislação vigente.

20.2. O recurso deverá ser interposto no prazo legal, mediante petição escrita e fundamentada, dirigida à autoridade competente, por intermédio da Comissão Especial de Licitação.

20.3. A contagem dos prazos recursais observará a legislação aplicável e as disposições deste Edital.

20.4. Os demais licitantes serão comunicados para, querendo, apresentarem contrarrazões no prazo legal.

20.5. Os recursos terão efeito na forma prevista na legislação pertinente, ressalvadas as hipóteses legais de manifestação imediata da autoridade competente.

21. ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

21.1. Concluído o julgamento e decididos os recursos eventualmente interpostos, o objeto será adjudicado à licitante classificada em primeiro lugar, caso atendidas todas as exigências editalícias.

21.2. A autoridade competente homologará o resultado da licitação, observada a regularidade do procedimento e a conveniência administrativa.

21.3. A adjudicação e a homologação não geram direito subjetivo à contratação, salvo quando observados todos os pressupostos legais e administrativos cabíveis.

22. CONTRATAÇÃO

22.1. A adjudicatária será convocada para assinatura do contrato no prazo estabelecido neste Edital.

22.2. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, mediante justificativa da Administração.

22.3. A recusa injustificada da adjudicatária em assinar o contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido sujeitará a licitante às sanções cabíveis.

22.4. O contrato será celebrado observando-se as cláusulas da minuta constante do Anexo correspondente, bem como as condições previstas neste Edital.

22.5. A contratação deverá preservar a execução integral dos serviços de publicidade, com observância da legislação específica e das normas internas da Administração.

23. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

23.1. Executar os serviços contratados com observância da legislação vigente, das normas técnicas aplicáveis e das determinações da Contratante.

23.2. Manter durante toda a execução do contrato as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

23.3. Cumprir rigorosamente os prazos, cronogramas e entregáveis aprovados pela Administração.

23.4. Submeter previamente à aprovação da Contratante todas as peças, campanhas, planos de mídia e materiais correlatos.

23.5. Responsabilizar-se pela fidelidade, correção e adequação técnica de todo o material produzido.

23.6. Manter sigilo sobre informações, estratégias, dados e documentos a que tiver acesso em razão da execução contratual, salvo determinação legal ou autorização expressa da Administração.

23.7. Repassar integralmente à Contratante todos os benefícios, descontos, bonificações e vantagens comerciais obtidos junto a terceiros em razão da execução contratual.

23.8. Responder pelos danos decorrentes de culpa ou dolo na execução dos serviços.

23.9. Manter equipe técnica compatível com a demanda contratada e substituir, quando necessário, profissionais que não atendam aos padrões exigidos pela Contratante.

24. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

24.1. Disponibilizar à Contratada as informações, elementos e orientações necessários à execução dos serviços.

24.2. Designar gestor e fiscal do contrato para acompanhamento da execução.

24.3. Analisar e aprovar, quando cabível, os materiais apresentados pela Contratada.

24.4. Efetuar o pagamento dos serviços regularmente executados, observadas as condições contratuais e a comprovação documental exigida.

24.5. Comunicar à Contratada, formalmente, as ocorrências e impropriedades verificadas na execução contratual.

24.6. Exercer ampla fiscalização sobre a execução do contrato, inclusive quanto à conformidade técnica, documental, financeira e publicitária.

25. PAGAMENTO

25.1. O pagamento será efetuado após a apresentação da documentação fiscal e comprobatória da execução dos serviços, observadas as exigências deste Edital e do contrato.

25.2. Somente serão pagos os serviços devidamente autorizados, executados e comprovados.

25.3. A liquidação da despesa dependerá da atestação da fiscalização quanto ao cumprimento integral das obrigações assumidas.

25.4. Eventuais glosas serão formalmente motivadas e comunicadas à Contratada.

25.5. A Contratada deverá instruir cada faturamento com relatório detalhado da execução correspondente, conforme modelo adotado pela Administração.

26. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

26.1. A Contratada ficará sujeita às sanções administrativas previstas na legislação vigente e no contrato, sem prejuízo da responsabilização civil e criminal cabível.

26.2. Constituem hipóteses de aplicação de penalidades, entre outras:

I – Inexecução total ou parcial do contrato;
II – Atraso injustificado na execução;
III – Apresentação de documentação falsa;
IV – Fraude na execução contratual;
V – Descumprimento das determinações da fiscalização;
VI – Prática de ato lesivo à Administração.

26.3. As sanções serão aplicadas mediante processo administrativo, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

27. RESCISÃO CONTRATUAL

27.1. O contrato poderá ser rescindido nas hipóteses previstas na legislação aplicável e nas cláusulas contratuais.

27.2. A rescisão poderá ocorrer unilateralmente pela Administração, amigavelmente ou judicialmente, conforme o caso.

27.3. A rescisão não prejudicará a apuração de eventuais perdas e danos nem a aplicação de penalidades cabíveis.

28. DISPOSIÇÕES GERAIS

28.1. Toda comunicação executada no âmbito do contrato deverá observar finalidade pública, caráter educativo, informativo ou de orientação social, vedada a promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

28.2. A Contratada deverá observar, no que couber, a legislação aplicável à publicidade governamental, à proteção de dados pessoais, ao direito autoral, à defesa do consumidor, à integridade administrativa e às normas de autorregulação publicitária.

28.3. A Contratada responderá por conteúdos, imagens, trilhas, roteiros, peças, impulsionamentos e demais materiais utilizados sem a devida licença, autorização ou cessão de direitos.

28.4. Os casos omissos serão resolvidos pela Comissão Especial de Licitação ou pela autoridade competente, com base na legislação aplicável e nos princípios que regem a Administração Pública.

28.5. Integram este Edital, para todos os fins, os anexos nele referidos.

29. ANEXOS

29.1. Constituem anexos deste Edital, dele fazendo parte integrante:

I – Termo de Referência/Projeto Básico;
II – Briefing;
III – Minuta de Contrato;
IV – Modelo de Proposta de Preços;
V – Modelo de Declarações;
VI – Demais anexos eventualmente previstos.

Agua Preta, 11 de setembro de 2026

PREFEITURA MUNICIPAL DE ÁGUA PRETA

ANTONIO MANOEL DA SILVA

PREFEITO

BRIEFING TÉCNICO CONSOLIDADO – CAMPANHA INSTITUCIONAL SIMULADA
Concorrência Pública – Serviços de Publicidade Institucional
Município de Água Preta/PE

1. Identificação da campanha

- **Órgão demandante:** Prefeitura Municipal de Água Preta/PE
- **Unidade requisitante:** Secretaria Municipal de Administração / Secretaria de Planejamento
- **Natureza da campanha:** Institucional, educativa e informativa, de utilidade pública
- **Tema central:** Reforma e requalificação do Parque Ecológico de Água Preta/PE
- **Finalidade:** Orientar a formulação da proposta técnica, em campanha simulada, no âmbito de futura licitação para contratação de serviços de publicidade institucional, assegurando clareza, transparência e aderência ao interesse público
- **Valor estimado da campanha (simulação): R$ 100.000,00**

2. Contexto e justificativa

O Parque Ecológico de Água Preta é equipamento público de relevante interesse social, destinado ao lazer, esporte, convivência comunitária, acessibilidade e valorização urbana. O espaço apresenta necessidade de **reforma completa**, abrangendo:

- pisos e áreas de circulação;
- quadras e campo society;
- iluminação e instalações elétricas;
- banheiros;
- quiosques;
- playground;
- áreas de convivência;
- acessibilidade;
- saneamento e serviços complementares.

A comunicação pública institucional constitui instrumento essencial à transparência, à promoção do interesse público e ao fortalecimento da confiança entre administração e cidadania. A campanha deve informar a população sobre a importância da obra, os benefícios esperados, a execução responsável dos serviços, eventuais restrições temporárias de uso e o compromisso da Administração com a requalificação de espaços públicos, sem qualquer viés de promoção pessoal ou partidária.

3. Fundamentação legal

A futura contratação observará, como regime jurídico principal, a Lei nº 12.232/2010, que estabelece normas gerais sobre licitações e contratações de serviços de publicidade prestados por agências de propaganda, especialmente quanto ao objeto, à campanha simulada, ao julgamento por melhor técnica ou técnica e preço, ao sigilo da proposta técnica e à atuação de subcomissão técnica.
Aplicam-se, de forma complementar:

- a Lei nº 4.680/1965, no que concerne à definição de agência de propaganda, veículos de divulgação, desconto-padrão e intermediação publicitária;
- a Lei nº 14.133/2021, no que couber, especialmente quanto ao planejamento da contratação, estudo técnico preliminar, estimativa de valor, transparência, segregação de funções, gestão de riscos, fiscalização contratual e controle;
- a Lei nº 14.356/2022, no tocante à disciplina dos serviços de comunicação institucional, ressalvando-se que o objeto deste briefing é delimitado como

campanha de publicidade institucional e de utilidade pública, sem inclusão de atividades estranhas ao núcleo publicitário.

4. Objetivos da comunicação

Objetivo geral

Informar, sensibilizar e engajar a população de Água Preta/PE sobre a reforma do Parque Ecológico, destacando os benefícios da intervenção, a transparência da gestão pública e o compromisso com a qualidade de vida.

Objetivos específicos

a) apresentar o propósito da obra de forma clara e acessível;
b) explicar os ganhos sociais, urbanos e ambientais da reforma;
c) orientar a população sobre possíveis interferências temporárias durante a execução;
d) estimular o senso de pertencimento e o cuidado com o espaço público;
e) reforçar a imagem institucional do Município, sem personalização ou promoção indevida;
f) ampliar o alcance e a efetividade da comunicação oficial em tema de relevante interesse público.

5. Público-alvo

Público primário

- Moradores da zona urbana de Água Preta/PE
- Famílias que utilizam o parque para lazer e convivência
- Crianças, adolescentes, jovens e pessoas idosas
- Praticantes de atividades físicas e esportivas

Público secundário

- Comerciantes e prestadores de serviço do entorno
- Escolas, lideranças comunitárias e associações de bairro
- Servidores públicos e formadores de opinião locais
- Visitantes eventuais do município

As licitantes deverão demonstrar, na proposta técnica, a lógica de segmentação adotada, indicando como a mensagem será ajustada a diferentes públicos, níveis de letramento e formatos de consumo de mídia, preservando a unidade conceitual da campanha.

6. Mensagem central e mensagens-chave

Conceito orientador

"Água Preta cuidando do que é de todos: o Parque Ecológico vai ganhar mais segurança, acessibilidade, lazer e qualidade para a população."

Mensagens-chave

- A reforma do parque representa **investimento em qualidade de vida**
- O projeto ampliará o acesso a **lazer, esporte e convivência**
- A obra contribuirá para a **valorização urbana e ambiental**
- A população será informada com **transparência e clareza** sobre etapas e impactos
- O espaço público será requalificado para oferecer **mais segurança, conforto e inclusão**

7. Diretrizes de linguagem e tom institucional

A comunicação deverá adotar linguagem:

- **clara** e **objetiva**
- **institucional** e **acessível**
- **positiva**, **educativa** e **cidadã**
- **não partidária**, **não personalista** e **sem conteúdo de promoção de autoridade ou agente público**

Tom recomendado: informativo, próximo da população, transparente e de utilidade pública. A narrativa deve evitar alarmismo, sensacionalismo ou representação estereotipada de qualquer grupo social.

8. Escopo da campanha e conteúdos mínimos a serem comunicados

A campanha abrangerá a **divulgação institucional do projeto**, a **explicação dos benefícios da reforma**, a **orientação sobre o andamento dos serviços** e a **conscientização sobre o uso responsável do espaço público**, fortalecendo a imagem de uma gestão comprometida com infraestrutura urbana e bem-estar social.

Conteúdos mínimos obrigatórios:

- Reforma integral do Parque Ecológico
- Recuperação e modernização dos espaços esportivos e de lazer
- Melhoria da acessibilidade e da segurança
- Requalificação de áreas de convivência e equipamentos públicos
- Implantação/recuperação de iluminação e instalações elétricas
- Melhorias em saneamento, banheiros e apoio aos usuários
- Valorização do espaço urbano e incentivo à convivência comunitária
- Informação sobre possíveis restrições temporárias durante a obra

Atividades expressamente excluídas do objeto (não integram esta contratação):

- Assessoria de imprensa contínua
- Relações públicas permanentes
- Gestão ampla e irrestrita de redes sociais institucionais
- Manutenção continuada de portais e sítios eletrônicos
- Organização material, logística ou execução física de eventos
- Produção de brindes ou materiais sem finalidade publicitária institucional claramente demonstrada
- Qualquer atividade que descaracterize o núcleo jurídico de serviços de publicidade, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

9. Estratégia de comunicação e canais prioritários

Para o orçamento estimado de R$ 100.000,00, recomenda-se estratégia com foco em **alcance local, clareza da mensagem e boa relação custo-benefício**, distribuída em **fases**:

Fase 1 – Lançamento / anúncio
- Comunicar o início da intervenção e a finalidade do investimento

Fase 2 – Esclarecimento / acompanhamento
- Informar etapas da obra, áreas isoladas e cuidados de segurança

Fase 3 – Valorização / consolidação

- Reforçar os benefícios entregues e o resultado social da requalificação

Canais prioritários:

- **Mídias digitais institucionais:** cards estáticos, artes para redes sociais, vídeos curtos, peças adaptadas para WhatsApp institucional
- **Rádio local:** spots informativos e chamadas de utilidade pública
- **Mídia impressa e de apoio:** faixas, banners, peças para equipamentos públicos
- **Comunicação no entorno da obra:** placas informativas, sinalização institucional do projeto, mensagens de orientação ao cidadão

A escolha e a proporção dos meios deverão ser justificadas tecnicamente pelas licitantes, demonstrando adequação aos públicos, cobertura territorial e eficiência na aplicação dos recursos públicos.

10. Peças e entregáveis mínimos esperados

A proposta técnica deverá contemplar, no mínimo, o seguinte **kit de campanha**:

- 1 conceito criativo principal
- 1 slogan institucional
- 1 vídeo institucional curto
- 2 spots de rádio
- 6 a 8 cards para redes sociais
- 2 artes para banner/faixa
- 1 peça de orientação no local da obra
- 1 texto-base para release institucional
- Plano de comunicação e plano de mídia local
- Relatório básico de acompanhamento e desempenho

Os exemplos criativos deverão ser compatíveis com o objeto e com os limites do certame, não sendo exigidas entregas que impliquem execução material de evento ou operação contínua de canais.

11. Critérios de produção criativa

A peça criativa deverá observar:

- identidade visual institucional do Município;
- padronização gráfica coerente com a comunicação pública;
- legibilidade e acessibilidade visual e sonora;
- uso de imagens e ilustrações compatíveis com comunicação institucional;
- ausência de elementos que remetam a promoção pessoal;
- linguagem inclusiva e de utilidade pública.

Diretrizes de acessibilidade (obrigatórias):

Toda proposta deverá integrar soluções de acessibilidade desde a concepção estratégica, incluindo, quando tecnicamente cabível: legendagem, janela de Libras, audiodescrição, linguagem clara, adaptação para diferentes níveis de letramento e atenção à legibilidade visual e sonora, assegurando alcance amplo e observância do princípio da inclusão.

Diretrizes visuais:

- cores sóbrias e institucionais
- composição limpa e de fácil leitura
- destaque para o equipamento público e seus benefícios sociais
- imagens que transmitam modernização, convivência, esporte e bem-estar

12. Premissas orçamentárias

Valor total estimado da campanha (simulação): R$ 100.000,00

Distribuição orientativa do investimento (sem caráter vinculante, podendo ser ajustada conforme a estratégia da agência, desde que preservada a efetividade da campanha):

- Criação e desenvolvimento das peças: até **30%**
- Produção de materiais e adaptação de formatos: até **25%**
- Mídia e veiculação local/digital: até **35%**
- Monitoramento, ajustes e relatórios: até **10%**

A remuneração da futura contratada observará a legislação de regência, inclusive quanto ao desconto-padrão de agência (receita da agência) e quanto às vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, as quais pertencem ao contratante público, incluídos descontos eventuais e bonificações concedidas pelos veículos, nos termos das Leis nº 4.680/1965 e nº 12.232/2010. O processo administrativo deverá conter orçamento estimado baseado em pesquisa de preços e memória de cálculo, sendo vedada a utilização de valor fictício como base da contratação real.

13. Cronograma sugerido

A campanha poderá ser estruturada em ciclo curto ou médio, conforme a programação da obra:

- **Fase 1 – Planejamento e criação:** desenvolvimento do conceito, aprovação de peças e textos, adequação aos meios de veiculação
- **Fase 2 – Lançamento:** publicação dos primeiros materiais, início dos spots e posts institucionais
- **Fase 3 – Acompanhamento:** reforço de mensagens sobre etapas da obra, atualização de informações à população
- **Fase 4 – Fechamento:** comunicação dos resultados, valorização da entrega pública

14. Indicadores de desempenho esperados

A proposta técnica deverá indicar formas de acompanhamento, tais como:

- alcance das publicações nas redes sociais
- volume de interações e compartilhamentos
- frequência de veiculação dos spots
- lembrança da mensagem principal (pesquisa simplificada, se viável)
- retorno da população sobre clareza das informações
- engajamento em torno da valorização do parque

Sem prejuízo da definição posterior de indicadores executivos do contrato, a campanha deverá ser concebida com possibilidade de avaliação objetiva, admitindo-se mensuração de alcance potencial, cobertura estimada, frequência, adequação de meios, entrega de peças e conformidade com o plano aprovado.

15. Restrições e cuidados obrigatórios

A campanha observará rigorosamente os princípios da comunicação pública, especialmente:

- **vedação à promoção pessoal de autoridades ou agentes públicos**
- **vedação a conteúdo eleitoral, partidário ou comparativo depreciativo**
- **uso exclusivo de linguagem institucional, informativa e de utilidade pública**
- **respeito à finalidade educativa e ao interesse público**
- **adequação à identidade visual oficial do Município**
- **compatibilidade com a legislação aplicável à publicidade institucional**

A Administração deverá prevenir, na modelagem da licitação, riscos como indefinição do objeto, subjetividade excessiva no julgamento técnico, exigências criativas desproporcionais, ausência de base oficial para dados utilizados e fragilidade na comprovação da veiculação, adotando as medidas de governança previstas na Lei nº 14.133/2021.

16. Síntese executiva

A campanha institucional simulada tem como foco comunicar à população a reforma do Parque Ecológico de Água Preta/PE, destacando benefícios urbanos, sociais e ambientais, com linguagem acessível, estratégica e compatível com a comunicação pública. O investimento estimado de R$ 100.000,00 deverá ser suficiente para uma campanha de alcance local, com presença em mídias digitais, rádio e peças de apoio, priorizando transparência, utilidade pública e engajamento cidadão. Este briefing integra a fase preparatória da contratação e deverá ser complementado, no processo administrativo, por estudo técnico preliminar, pesquisa de preços, termo de referência, minuta de edital e demais documentos obrigatórios, assegurando a delimitação precisa do objeto, a observância das normas legais e parâmetros objetivos para o julgamento técnico.

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante
Qualificação (nome, endereço, razão social etc.)

Outorgado
Representante devidamente qualificado

Objeto
Representar a outorgante na Concorrência nº XX / ano – órgão/entidade.

Poderes

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

local e data

<nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais>

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

ANEXO III

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À
Comissão Especial de Licitação
Referente Concorrência nº XX / 2026

1. Preços sujeitos a valoração

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

a) desconto, a ser concedido ao Município de Água Preta/PE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda, referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: .....%(.....por cento);

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

c) honorários, a serem cobrados do Município de Água Preta/PE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo: .....% (.....por cento)

i) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato; exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

ii) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedidopelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

iii) à reimpressão de peças publicitárias.

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

1.2 Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de ..... (_____) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

2. Outras declarações

2.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo IV).

2.2 Estamos cientes de que o Município de Água Preta procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao Município de Água Preta, todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15da Lei n.º 12.232/2010.

2.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do Município de Água Preta, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

2.5 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

Local e Data

_____

nome completo da licitante, nome, cargo e
assinatura dos representantes legais

ANEXO IV

MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL QUE, ENTRE SI, FAZEM O MUNICÍPIO DE ÁGUA PRETA/PE, E A EMPRESA.....
.....

CONTRATO Nº XXXX / ANO

O MUNICÍPIO DE ÁGUA PRETA/PE, pessoa jurídica de direito público, inscrito no CPNJ/MF sob o nº. 10.183.929/0001-57, com sede na Praça dos Três Poderes, nº. 3.182, bairro Centro, Água Preta/PE, doravante designada CONTRATANTE, neste ato representado pelo Prefeito, o Senhor xxxxxxxxxxxxxxxxx, e a empresa ....., CNPJ nº....., estabelecida no, doravante denominada CONTRATADA, neste ato representada por , conforme atos constitutivos da empresa, têm, entre si, acordado os termos deste contrato, objeto da Concorrência nº XXX /2026, Processo nº XXX/2026, mediante os termos e condições a seguir:

1.CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 14.133/2021.

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

2. CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de 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 ações publicitárias da CONTRATANTE junto a públicos de interesse.

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

a) o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do presente contrato;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do presente contrato;

c) a produção de conteúdo, a criação e execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e

d) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

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

2.1.1.2. O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘b’ do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

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

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação.

2.2. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

2.4. A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame que deu origem a este contrato, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

3.1.2. A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser efetuada pela CONTRATANTE.

4. CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. O valor deste contrato, decorrente da Concorrência nº XX / 2026, que deu origem a este instrumento, está estimado em R$ XX,XX (por extenso), pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2026 consta da Lei Orçamentária Anual - 2026 da LOA, nas seguintes funcionais programáticas:

4.3. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3.1. Na prorrogação, a CONTRATANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.

4.3.2. A CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

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

4.5. No interesse da CONTRATANTE, a CONTRATADA fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, conforme disposto nos do art. 125 e 126 da Lei nº 14.133/2021.

5. CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

5.1.1.1. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

5.1.2. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.1.3. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

5.1.4. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.

5.1.4.1. Pertencem à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.1.4.1.1O disposto no subitem 5.1.4.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.4.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.4.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.4.3.1O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.4.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.5. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.6. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE

I - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

II - apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados cadastrados junto à CONTRATANTE que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

III - exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, adastrados junto a CONTRATANTE, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

IV - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

V - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;

VI - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação:
"atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais".

5.1.6.1. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

5.1.6.2. A CONTRATADA está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

5.1.6.3. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.6.4. As disposições dos subitens 5.1.7 não se aplicam à compra de mídia.

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

5.1.7.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:
I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;
II - algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

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

5.1.8.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.8.1.1A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da CONTRATADA sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

5.1.8.1.2 Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

5.1.8.1.3 Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, blogs, canais ou plataformas digitais, cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza fake news, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

5.1.9. Apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.10. Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.10.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.10 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.1.10.1.1. O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.10.1.2. Ao final do período de 12 (doze) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.10.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a CONTRATANTE poderá solicitar novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.11. Encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;
b) Internet: arquivos digitais;
c) Rádio: arquivos digitais; e
d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.11.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da CONTRATANTE.

5.1.12. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso, independentemente do disposto nos subitens 5.1.12 e 5.1.13.

5.1.13. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

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

5.1.15. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a CONTRATADA e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, trocadas entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.1.15.1. O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela CONTRATADA à CONTRATANTE após sua realização e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes será enviado quinzenalmente.

5.1.15.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

5.1.16. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

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

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

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

5.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

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

5.1.22. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

5.1.23. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência dos serviços por ela prestados em razão do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e

de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

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

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

5.1.26. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

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

5.1.27.1. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

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

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

5.1.30. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.30.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.31. Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato, se por ela executados.

5.1.32. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.

6. CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

b) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela CONTRATADA;

e) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

f) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

g) efetuar os pagamentos à CONTRATADA nas condições e preços pactuados.

6.2. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

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

7. CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

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

7.2. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.

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

7.4. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

7.5. A autorização, pela CONTRATANTE, dos planos de mídia e dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

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

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

7.8. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

7.9. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.10. A CONTRATANTE avaliará os serviços prestados pela CONTRATADA, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

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

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

8. CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1.....% (. por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda – SINAPRO/PE, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

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

8.1.1.2. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda – SINAPRO/PE e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.1, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.1.2. Honorários de .....% (. por cento) incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.3. Honorários de .....% (. por cento) incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do presente contrato; exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

II - à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III - à reimpressão de peças publicitárias.

8.1.3.1. Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

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

8.2. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2, 8.1.3 e 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3. A CONTRATADA não fará jus:

a) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.4. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

8.4.1. Quando houver a autorização excepcional da CONTRATANTE para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

8.5. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

9. CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966

9.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

9.1.2. Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos de divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

9.1.2.1. Se a CONTRATADA fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 9.1, repassará à CONTRATANTE o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo de divulgação.

10. CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela CONTRATADA, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente da CONTRATANTE, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades. Ressalvados os direitos de terceiros.

10.1.1. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

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

10.1.3. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Municipal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.3.1. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2. Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a CONTRATADA solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2.

10.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a 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, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.2.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a 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, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e

10.2.2, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

10.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

10.5. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços, mediante reembolso dos custos envolvidos

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção, se e quando a produção for paga.

10.5.1. Se a CONTRATANTE pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

10.6. A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1. Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ/MF nº XX.XXX.XXX/XXXX-XX, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;<nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFS-e), conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da contratada, ou outro critério legalmente aceitável>

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação, que será emitido em nome da CONTRATANTE;<nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFS-e), conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da contratada, ou outro critério legalmente aceitável>

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

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.1.2. O gestor ou fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.1.3. As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:
"Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução."

11.2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1;
II - intermediação e supervisão, pela CONTRATADA, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
III - bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

IV - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1. É da responsabilidade da CONRATADA observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à CONTRATANTE.

11.2.1.1. Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010

11.3. O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4. Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições dos subitens 9.2.1 e 9.2.1.1.

11.5. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

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

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

11.5.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas na alínea 'a' deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

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

11.5.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.5.3. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA, mediante apresentação do Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço –

FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

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

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

11.7. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será acrescido de encargos moratórios, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

AF = [(1 + IPCA/100)N/30 –1] x VP, na qual:

- IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;
- AF: Atualização financeira;
- VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;
- N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

11.7.1. Considera-se etapa, para fins do subitem 11.8 os serviços prestados pela CONTRATADA relativo aos bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

11.7.2. A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.8. A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.9. Cabe à CONTRATADA efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE, pela agência bancária pagadora.

11.9.1. A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.9.1.1. Os dados e formato dos controles serão definidos pela CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.9.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 11.9 e 11.9.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

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

11.9.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

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

11.9.3. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

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

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

12.1. A CONTRATADA, no prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, conforme disposto no subitem 4.1 deste contrato.

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

12.1.2. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do inciso III do subitem 13.5.1 da Cláusula Décima Terceira.

12.1.3. O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 12.1 e 12.1.1, autoriza a CONTRATANTE a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem o art. 115, §6º da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

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

a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;

b) seguro-garantia;

c) fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil.

12.3. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei 14.133/2021.

12.4. Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) a apólice indicará a CONTRATANTE como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;

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

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

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

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

b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido

durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

12.7.1. A modalidade segura garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 12.7.

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

12.9. Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

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

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

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

12.13. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

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

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

12.15. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a CONTRATANTE, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2 deste contrato.

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

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

I-Advertência;
II-Impedimento para licitar e contratar;
III-Multa de mora e multa compensatória;
IV-Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração por até 02 (dois) anos;
V-Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração.

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

13.1.2. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.1.3. As sanções aplicadas serão registradas no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado pela CONTRATANTE.

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

13.2. A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:
I - a advertência, a suspensão temporária de participação da seleção interna de que trata o subitem 2.5 e as multas serão aplicadas pelo gestor, fiscal ou autoridade competente deste contrato;
II - caberáà autoridade competente aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração e propor a declaração de inidoneidade;
III - a aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente ao Ministro do Ministério ao qual o CONTRATANTE está subordinado ou vinculado.

13.3. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II - outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.3.1. A falha na execução contratual restará configurada quando:

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

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

Graudainfração	**Quantidadedepontosatribuídos**
Leve	1 ponto por infração
Média	2 pontos por infração
Grave	3 pontos por infração

13.3.1.2. Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida no subitem 13.3.1.1, a CONTRATANTE poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração

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

Tabela 3 – Infrações

Item	**Descrição**	**Grau**	**Incidência**
1.	Demora para centralizar o comando dapublicidadeda **CONTRATANTE**noestado,onde, para esse fim, manterá escritório, Sucursal ou filial.	Média (passíveldecorreção)	Porocorrência.
2.	Nãoutilizar,naelaboraçãodosserviçosobjetodestecontrato,osprofissionaisindicados na Proposta Técnica daconcorrência que deu origem a este instrumento,parafinsdecomprovaçãodaCapacidade de Atendimento.	Leve (passíveldecorreção)	Semestral
3.	Substituir os profissionais envolvidos na execuçãocontratualsemoconhecimentoe Anuênciada **CONTRATANTE**.	Leve (passíveldecorreção)	Porocorrência

4.	Nãoenvidaresforçosnosentidodeobterasmelhores condições nas negociaçõescomerciais junto a fornecedores de bens ede serviços especializados e a veículos de Divulgação ou não transferirà **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas.	Grave	Porocorrência.
5.	Nãoobservarrigorosamenteasespecificaçõesestipuladaspela **CONTRATANTE**nofornecimentodeprodutose serviços relacionados com o objeto destecontrato.	Grave	Porocorrência.
6.	Não exercer o controle de qualidade naexecuçãodosserviçosprestados,combasenos parâmetros determinados pela **CONTRATANTE**.	Grave	Porocorrência.
7.	Nãoatuarcomatençãoeresponsabilidadenaelaboração odeestimativadecustosdos produtoseserviçosobjetodestecontrato.	Grave	Porocorrência
8.	Nãoobservarascondiçõesestabelecidasnopresente contrato para o fornecimento debens e de serviços especializados à **CONTRATANTE**	Média (passíveldecorreção)	Semestral
9.	Nãoobservarosprazosestabelecidospela **CONTRATANTE**naconduçãodosserviçosobjeto deste contrato.	Média (passíveldecorreção)	Porocorrência
10.	Provocarprejuízosedanosà**CONTRATANTE**devido a sua demora, omissão ou erro, nacondução dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Porocorrência
11.	Nãotomarprovidências,imediatamente,emcasos de alterações, rejeições, cancelamentosouinterrupçõesdeumoumaisserviços,mediantecomunicaçãoda**CONTRATANTE**.	Grave	Porocorrência.
12.	Não repassar à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontose as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos porveículo de divulgação.	Grave	Porocorrência.
13.	Não repassarà **CONTRATANTE** o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazoestipulado.	Grave	Porocorrência.
14.	Sobre poros planos de incentivo aos interesses da **CONTRATANTE**, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	Grave	Porocorrência.
15.	Não negociar as melhores condições depreço, até os percentuais máximosestabelecidosnestecontrato,notocanteaos direitospatrimoniaissobretrabalhosdearteeoutrosprotegidospelosdireitosdeautoreconexos e aos direitos patrimoniais sobreobras consagradas, nos casos de reutilizaçõesdepeçaspublicitáriasda **CONTRATANTE**.	Grave	Porocorrência.

16.	Não incluir cláusula de alerta em seuspedidosdecotaçãojuntoafornecedoresdebens e de serviços especializados, quandopertinente,nosentidodeque,naprodução de peças publicitárias destinadas àveiculaçãopelasemissorasdetelevisãoeemsalas cinematográficas, seja considerado odisposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.(Igualdaderacial)	Média (passíveldecorreção)	Porocorrência.
17	Contratarfornecedoresdebensedeserviçosespecializadosoureservarecomprar espaço ou tempo publicitário deveículos de divulgação, relacionados àexecuçãodestecontrato,semaautorizaçãoprévia e por escrito da **CONTRATANTE**.	Grave	Porocorrência.
18.	Não providenciar Termo de Conduta,segundo o qual o veículo se responsabilizapelosseusconteúdosoudesitesparceiros,declarando estar de acordo com os termosdoMarcoCivildaInternet,deformaaevitaraçõ es publicitárias da **CONTRATANTE** emveículos de divulgação que promovam conteúdosouatividadesilegais.	Leve (passíveldecorreção)	Porocorrência.
19.	Não apresentar à **CONTRATANTE**, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obtero relatório de checagem de veiculação,a cargo de empresa independente.	Leve (passíveldecorreção)	Porocorrência.
20.	Cotar preços para o fornecimento de bensou de serviços especializados junto afornecedoresemque:ummesmosóciooucotistaparticipedemaisdeumfornecedoremummesmoprocedimentodecotação;eque algum dirigente ou empregado da**CONTRATADA**tenhaparticipaçãosocietária ouvínculocomercialoudeparentescoatéoterceirograu.	Grave	Porocorrência.
21.	Realizar despesas com bens e serviçosespecializadosprestadosporfornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesarelacionadacomestecontrato,sema autorização prévia da **CONTRATANTE**.	Grave	Porocorrência.
22.	Recusaraencaminhar,semprequesolicitadopela **CONTRATANTE**, sem ônus para esta,cópia de peças produzidas, desde que não sejaparausoemveiculaçãoemmídiapaga,nos seguintes formatos.	Leve (passíveldecorreção)	Porocorrência.
23.	Nãozelarpeloirrestritoetotalsigilosobrequaisquerdados quelhesejamfornecidosem decorrência da execução contratual, sobretudoquantoàestratégiadeatuaçãoda **CONTRATANTE**.	Grave	Porocorrência
24.	Divulgar informações acerca da prestaçãodos serviços objeto deste contrato, mesmoqueacidentalmente,semaprévia eexpressa Autorizaçãoda **CONTRATANTE**.	Grave	Porocorrência.
25.	Manter,duranteavigênciadestecontrato,aprestação de serviços de publicidade àempresaconcorrenteouincompatívelcoma Áreadeatuaçãoda **CONTRATANTE**.*<seforocaso>*	Grave	Porocorrência.

26.	Recusar o ressarcimento à **CONTRATANTE** de qualquer dano ou prejuízo oriundo de Eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	Grave	Porocorrência.
27.	Não prestar o devido esclarecimento à **CONTRATANTE**sobreeventuaisatosoufatosdesabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**.	Grave	Porocorrência
28	Caucionarouutilizaropresentecontrato comogarantiaparaqualqueroperaçãofinanceira.	Grave	Porocorrência
29.	Não cumprir todas as leis e posturas,federais,estaduaisemunicipaispertinentes aoobjetodestecontrato.	Média (passíveldecorreção)	Porocorrência.
30.	NãocumpriralegislaçãotrabalhistaeSecuritáriacomrelaçãoaseusempregados.	Média (passíveldecorreção)	Porocorrência
31.	Nãomanterduranteaexecuçãodestecontratotodasas condiçõesdehabilitaçãoequalificação, exigidas na concorrência quedeuorigemaestéinstrumento.	Média (passíveldecorreção)	Semestral
32	Não apresentar, quando solicitado pela **CONTRATANTE**,acomprovaçãodeestaremsendo satisfeitostodososseusencargoseobrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	Leve (passíveldecorreção)	Porocorrência
33.	Gerar prejuízoseinfraçõesà **CONTRATANTE** naprestaçãodosserviçosobjetodestecontrato.	Grave	Porocorrência
34.	Não realizar de forma devida o pagamentode tributos e taxas que forem devidos emdecorrência do objeto deste contrato, bemcomoascontribuiçõesdevidasàPrevidênciaSocial,osencargostrabalhistas,prêmiosdeseguro e de acidentes de trabalho, osencargos que venham a ser criados eexigidos pelos Poderes Públicos e outrasdespesas que se fizerem necessárias aocumprimentodoobjetopactuado.	Média (passíveldecorreção)	Porocorrência.
35.	Não observar na execução dos serviços asboaspráticasdesustentabilidadeambiental,de otimização de recursos, de redução dedesperdíciosedereduçãodapoluição.	Leve (passíveldecorreção)	Semestral
36.	Demoranaconstituição,emparceriacomasoutrasagênciascontratadas,deum<Núcleode Mídia>, sem personalidade civil oujurídica e sem fins lucrativos.	Média (passíveldecorreção)	Porocorrência.
37.	Demoranaconstituição,emparceriacomasoutras agências contratadas, de um acervodapropagandada**CONTRATANTE**,emmeio virtual, com as peças produzidas durante aexecução deste contrato e com banco deimagens.	Média (passíveldecorreção)	Porocorrência.

13.3.1.2.1As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas no subitem 13.1.

13.3.2. No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

13.4.A suspensão temporária de participação da seleção interna de que trata o subitem 2.5 será aplicada quando, vencido o prazo estipulado na advertência, a CONTRATADA continuar inadimplente em relação ao fato que deu origem à sanção.

13.5.A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.5.1. O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de:

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

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

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

13.5.3. A CONTRATADA estará sujeita à multa compensatória de:

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

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

a) inexecução total deste contrato;
b) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE.

III - 0,07% (sete centésimos por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no subitem 12.1 deste contrato;

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

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

I - por até 06 (seis) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a CONTRATANTE;
b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3, 13.4 e 13.5;

II - por até 02 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Planilha de Autorização de Produção (PAP) ou da Planilha de Autorização de Veiculação (PAV) ou documento equivalente, depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;

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

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

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

f) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;

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

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

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

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

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

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

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

13.8. Da aplicação das sanções de advertência, suspensão temporária de participação da seleção interna de que trata o subitem 2.5, multa e suspensão do direito de licitar ou

contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 03 (três) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.8.1. O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 03 (três) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 010 (dez) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

a) a advertência, o impedimento quanto a participação da seleção interna de que trata o subitem 2.5 e a multa: à autoridade competente, por intermédio do gestor, fiscal ou autoridade competente;

b) impedimento do direito de licitar ou contratar com a Administração: ao Ministro do Ministério ao qual o CONTRATANTE está subordinado ou vinculado.

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

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

13.11. O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

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

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos no art. 155 da Lei 14.133/2021.

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

a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

b) for envolvida em escândalo público e notório;

c) quebrar o sigilo profissional;

d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;

f) der motivo à suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;

g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;

h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;

i) não mantiver suas condições de habilitação e qualificação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

14.1.2. Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à CONTRATANTE, ou a execução da garantia contratual, para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ele devidos.

14.1.2.1. Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 14.1.2, a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pela CONTRATANTE.

14.2. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

14.2.1. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

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

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

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

14.4.2. Em caso de cisão, a CONTRATANTE poderá rescindir este contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante deste contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

14.4.3. Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 14.4, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada à CONTRATANTE, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

14.4.3.1. A não apresentação do comprovante em até 05 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas neste contrato e em lei.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2. É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela CONTRATADA, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na CONTRATANTE.

15.3. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial dos Municípios e PNCP, a suas expensas, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, §1º da Lei nº 14.133.

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

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

15.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

15.6.1. As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO

16.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Fórum da Comarca de Água Preta/PE.

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

Água Preta/PE, XX de XXXXXX de 2026.

<autoridade competente da contratante>

<representante legal da contratada>

ANEXO V

PROJETO BÁSICO E SEUS APÊNDICES

1.OBJETO

1.1.O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias de caráter educativo, informativo e de orientação social do Município de Água Preta, Fundos Municipais, SAAE e Fundo de Previdência Municipal.

1.1.1. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
c) à produção de conteúdo, à criação e à execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e
d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.

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

1.1.1.2. O planejamento, previsto no subitem 2.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘a’ do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Água Preta/PE, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

1.1.2. Os serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de pesquisa de opinião pública, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

1.2. Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.2.1. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

1.2.2. A agência atuará por ordem e conta do Município de Água Preta/PE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.2.3. A agência não poderá subcontratar outras agências de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste Edital.

1.2.4. A agência atuará de acordo com solicitação do Município, Fundos Municipais, SAAE e Fundo de Previdência Municipal, suas diretrizes, regras e normativas estabelecidas.

2. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO E LEGISLAÇÃO

2.1. A contratação de serviços publicitários prestados por intermédio de agências de propaganda está fundamentada nas seguintes leis:

a) Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

b) Lei n. 14.133, de 1º de abril de 2021, que regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências;

c) Lei n. 4.680, de 18 de junho de 1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências;

2.1.1. De acordo com o art. 37 da Constituição Federal, o Município de Água Preta/PE, deve obedecer a diversos princípios, entre eles o da publicidade. E o § 1º do art. 37 estabelece que “A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social ...”.

2.1.2. Suas ações de comunicação publicitária devem ser desenvolvidas e executadas tendo em vista o alcance de objetivos como dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Municipal; divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição; estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas; disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais.

2.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

3. VALOR CONTRATUAL, RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E VIGÊNCIA

3.1.O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em R$ 635.000,00 (seiscentos e trinta e cinco mil reais) pelos primeiros 12 (doze) meses.

LOTE	DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS	ÓRGÃO/ UNIDADE	VALOR (R$)
Lote01	PUBLICIDADE INSTITUCIONAL	PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA	**R$ 180.000,00 (Cento e oitenta mil reais)**
Lote 02	PUBLICIDADE INSTITUCIONAL	FUNDO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO	**R$ 130.000,00 (cento e trinta mil reais)**
Lote 03	PUBLICIDADE INSTITUCIONAL	FUNDO MUNICIPAL DE SAÚDE	**R$ 130.000,00 (cento e trinta mil reais)**
Lote 04	PUBLICIDADE INSTITUCIONAL	FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL	**R$ 60.000,00 (Sessenta mil reais)**
Lote 05	PUBLICIDADE INSTITUCIONAL	SAAE	**R$ 100.000,00 (Cem mil reais)**
Lote 05	PUBLICIDADE INSTITUCIONAL	INSTITUTO DE PREVIDÊNCIA MUNICIPAL	**R$ 35.000,00 (Trinta e cinco mil reais)**
TOTAL		**R$ 635.000,00 (Seiscentos e trinta e cinco mil reais)**	

3.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2026 consta da Lei Orçamentária Anual – 2026:

PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA
02 – PODER EXECUTIVO
02 01 – GABINETE
04 122 0401 - APOIO AS AÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO GERAL
04 122 0401 2300 0000 – MANUT. DAS ATIVIDADES DO GABINETE DO PREFEITO
FICHA – 025 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA
02 – PODER EXECUTIVO
04 122 0401 - APOIO AS AÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO GERAL
04 122 0401 2900 0000 – MANUT. DAS ATIVIDADES DA SEC. DE ADMINISTRAÇÃO
FICHA – 060 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA
02 – PODER EXECUTIVO
04 122 0401 - APOIO AS AÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO GERAL
04 122 0401 2150 – MANUT. DAS ATIVIDADES DA SEC. DE FINANÇAS
FICHA – 079 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA
02 – PODER EXECUTIVO
04 122 0401 - APOIO AS AÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO GERAL
04 122 0401 2 210 – MANUT. DAS ATIVIDADES DA SEC. DE GOVERNO
FICHA – 102 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA
02 – PODER EXECUTIVO
02 15 122 - ADMINISTRAÇÃO GERAL
02 15 122 – 1501 – GESTÃO ADM. DA SECR. DE INFRA

04 122 0401 2 210 – MANUT. DAS ATIVIDADES DA SEC. DE GOVERNO
FICHA – 122 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA
02 – PODER EXECUTIVO
02 20 122 - ADMINISTRAÇÃO GERAL
02 20 122 2001 – APOIO PROD. AGRICOLA COMUNITÁRIA
02 20 122 2001 2380 0000 – MANUT. DAS ATIV. SEC. DE DESEN. SOCIAL E MEIO AMB.
FICHA – 187 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA
02 – PODER EXECUTIVO
02 13 122 - ADMINISTRAÇÃO GERAL
02 13 122 1301 2460 0000 – MANUT. DAS ATIVIDADES DA SEC. DE CULTURA
FICHA – 207 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA
02 – PODER EXECUTIVO
02 13 392 – DIFUSÃO CULTURAL
02 13 392 1301 2650 0000 – PROM. E DIVULGAÇÃO DE FESTIVIDADES TRADICIONAIS
FICHA – 213 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA
02 – PODER EXECUTIVO
02 27 812 1214 – GESTÃO DA SEC. EXEC. DE EDUC. E ESPORTES
02 27 812 1214 2451 – MANUT. DAS ATIV. DA SEC. ESPORTES E CULTURA
FICHA – 231 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA
02 – PODER EXECUTIVO
02 27 813 2701 – PROMOÇÃO D DESPORTO GESTÃO DA SEC. EXEC. DE EDUC. E ESPORTES
02 27 813 2701 2670 – MANUT. DE EVENTOS E TORNEOS ESPORTIVOS
FICHA – 241 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA
02 – PODER EXECUTIVO
02 28 00 SECRETARIA DE TURISMO
02 04 695 2301 – PROMOÇÃO AO TURISMO
02 04 695 2301 2220 0000 - MANUT. DAS ATIV. VOLTADAS PARA A PROM E DESENV. TURÍSTICO
FICHA – 249 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA
02 – PODER EXECUTIVO
02 29 00 SECRETARIA DE PLANEJAMENTO
02 04 121 0401 – APOIO AS AÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO GERAL
02 04 121 0401 4010 0000 - MANUT. DA SEC. DE PLANEJAMENTO E DESENV. ECONOMICO
FICHA – 249 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA
02 – PODER EXECUTIVO
02 29 00 SECRETARIA DE PLANEJAMENTO
02 04 121 0401 – APOIO AS AÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO GERAL

02 04 121 0401 4010 0000 - MANUT. DA SEC. DE PLANEJAMENTO E DESENV. ECONOMICO
FICHA – 262 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA
02 – PODER EXECUTIVO
02 29 00 SECRETARIA DE PLANEJAMENTO
02 04 182 0610 FORTALECIMENTO DA DEFESA CIVIL
02 04 182 0610 4011 0000 - MANUT. DA SEC. DE DEFESA SOCIAL
FICHA – 269 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

PREFEITURA MUNICIPAL DA ÁGUA PRETA
02 – PODER EXECUTIVO
02 31 SECRETARIA DE POLITICAS PARA MULHERES
02 04 122 0401 APOIO AS AÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO GERAL
02 04 122 0401 4008 - MANUT. DAA ATIV. DA SEC. DE POLITICAS PARA MULHERES
FICHA – 280 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 – FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 02 02 FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 08 245 0803 – DESENV. DAS AÇÕES DA PROTEÇÃO SOCIAL ESPECIAL
03 08 245 0803 2832 0000 – DESENV. DAS AÇÕES DA PROTEÇÃO SOCIAL ESPECIAL
FICHA – 542 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 – FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 02 02 FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 08 245 0802 – DESENV. DAS AÇÕES DA PROTEÇÃO SOCIAL BASICA
03 08 245 0803 2828 0000 – DESENV. DAS AÇÕES DA PROTEÇÃO SOCIAL ESPECIAL
FICHA – 525 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 – FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 02 02 FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 08 244 0818 – DESENV. DAS AÇÕES DA PROTEÇÃO SOCIAL BASICA
03 08 244 0818 2839 0000 – MANUTENÇÃO DA COZINHA COMUNITÁRIA
FICHA – 502 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 – FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 02 02 FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 08 244 0818 – DESENV. DAS AÇÕES DA PROTEÇÃO SOCIAL BASICA
03 08 244 0818 2836 0000 – MANUTENÇÃO DAS ATIV. CRAS
FICHA – 491 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 – FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 02 02 FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 08 244 0818 – DESENV. DAS AÇÕES DA PROTEÇÃO SOCIAL BASICA
03 08 244 0818 2835 0000 – MANUTENÇÃO DAS ATIV. CREAS
FICHA – 488 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 – FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL

03 02 02 FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 08 243 0816 – ASSIST. À CRIANÇA E AO ADOLESCENTE
03 08 243 0816 221 – PROGRAMAS COMPLEMENTARES DA ASSISTÊNCIA SOCIAL
FICHA – 474 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 – FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 02 02 FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 08 122 – ADMINISTRAÇÃO GERAL
03 08 122 0835 – BROCO DA GESTÇAO RO PROGRAMA BOLSA FAMILIA
03 08 122 0835 2851 0000 – MANUT. DAS ATIV. VINC. AO PROG. BOLSA FAMILIA
FICHA – 447 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 – FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 02 02 FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL
03 08 122 – ADMINISTRAÇÃO GERAL
03 08 122 0835 – BROCO DA GESTÇAO RO PROGRAMA BOLSA FAMILIA
03 08 122 0801 2803 0000 – MANUT. DAS ATIV. DO FUNDO DE ASSISTENCIA SOCIAL
FICHA – 428 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

FUNDO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO DA ÁGUA PRETA
03 ENTIDADES SUPERVISIONADAS
03 05 FUNDO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO DE ÁGUA PRETA
03 05 01 FUNDO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO
12 122 Administração Geral
12 122 1201 DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO DE QUALIDADE
12 122 1201 2440 0000 MANUT. DAS ATIV. DO FUNDO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO
FICHA – 619 - 3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

SERVIÇO AUTONOMO DE ÁGUA E ESGOTO SERVIÇO AUTONOMO DE ÁGUA E ESGOTO
03 ENTIDADES SUPERVISIONADAS
03 SERVIÇO AUTÔNOMO DE ÁGUA E ESGOTO DA ÁGUA PRETA
0306 030600 030306 SERVIÇO AUTÔNOMO DE ÁGUA E ESGOTO DA ÁGUA PRETA
17 Saneamento 122 Administração Geral 17 122 17 1705 GESTÃO ADMINISTRATIVA DO SAAE 17 122170519490000 EXPANSÃO E ADEQUAÇÃO DA REDE FÍSICA DO SAAE
FICHA - 742 - OUTROS SERV. TERC. PESSOA JURÍDICA

INSTITUTO DE PREV. DOS SERV. MUN. DA ÁGUA PRETA
03 ENTIDADES SUPERVISIONADAS
03 04 INSTITUTO DE PREV. DOS SERV. MUN. DA ÁGUA PRETA
03 04 122 0901 2901 0000 GESTÃO ADMINISTRATIVO DO RPPS
FICHA – 596 - 3.3.90.39.00 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JUR

3.3. O Município de Água Preta e Fundos Municipais se reservam no direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.4. No interesse do Contratante, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no. Art. 125 da Lei 14.133/2021.

3.5. Se o Contratante optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.5.1. Na prorrogação, o Contratante poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

3.6. O Contratante poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

3.7. Os contratos oriundos da concorrência poderão ser prorrogados na forma da Lei nº 14.133/2021, como previsto na Cláusula Terceira da Minuta de Contrato (Anexo IV do Edital).

4. APÊNDICES

4.1. Integram este Projeto Básico os seguintes Apêndices:

a) Apêndice 1: Entrega da Proposta Técnica, da Proposta de Preços e dos Documentos de Habilitação;
b) Apêndice 2: Apresentação da Proposta Técnica e Julgamento das Propostas Técnicas;
c) Apêndice 3: Apresentação da Proposta de Preços;
d) Apêndice 4: Apresentação e Julgamento dos Documentos de Habilitação.

APÊNDICE 1

ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA, DA PROPOSTA DE PREÇOS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

1.ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

1.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

1.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente, a ser retirado, exclusivamente, pelas agências que o solicitarem formalmente no Setor de Licitações, sito à Praça dos Três Poderes, nº. 3182, bairro Centro, Água Preta/PE, de segunda a sexta-feira, das 08h às 13h.

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

1.1.1.2.1 ter nenhuma identificação;

1.1.1.2.2 apresentar informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da licitante;

1.1.1.2.3 estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a, por si só, possibilitar, inequivocamente, a identificação da licitante.

1.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

1.1.2.2 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº xxx/2026

1.1.2.3 O Invólucro 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.

1.1.3 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

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

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº xxx/2026

1.1.3.3 O Invólucro 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.

1.2Os Invólucros nº 2 e nº 3 não poderão ter informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

2 ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

2.1No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

2.1.1O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4

Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº xxx/2026

2.1.2O Invólucro 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.

2.1.3O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.

3 ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

3.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação pelas 02 (duas) licitantes vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e das Propostas de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

3.1.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº xxx/2026

3.1.2 O Invólucro 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 trata, até sua abertura.

APÊNDICE 2

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

1.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

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

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

1.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

a.1. em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

b.2. capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;

c.3. conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 1.2.2;

d.4. espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas; não há padrão exigido para as margens superior e inferior;

e.5. títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

f.6. espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

g.7. alinhamento justificado do texto;

h.8. texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observadas as disposições dos subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3; permitida a utilização de itálico, negrito e sublinhado;

i.9. numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

j.10. sem identificação da licitante.

1.2.1 As especificações do subitem 1.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.3.6.

1.2.2 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou planilhas, observadas as seguintes orientações:
a) poderão ser editados em cores;
b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 8 a 12 pontos;
c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;
c2) impressas na orientação paisagem.

1.2.3 Os gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:
I- ser editados em cores;
II- ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
III- ter qualquer tipo de formatação de margem;
IV- ser apresentados em papel A3 dobrado.

1.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, infográficos, tabelas e ou planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

1.2.4 Os exemplos de peças integrantes da Ideia Criativa deverão ser apresentados separados do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 1.2.

1.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto na alínea 'c' do subitem 1.1.1.2 do Apêndice 1.

1.2.5 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

1.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 1.1.1.2 do Apêndice 1.

1.2.8 Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

1.2.9 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite previsto no subitem 1.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 1.2, no que couber.

1.3 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo 4 do Edital), observadas as seguintes orientações:

1.3.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

a.1. análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;
b.2. diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
c.3. compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo I do Edital).

1.3.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing (Anexo I do Edital), compreendendo:
a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

1.3.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:
a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo I do Edital), com a descrição de cada uma;

1.3.3.1 exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e de suas funções táticas na campanha proposta.

1.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 1.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

1.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:
a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b) ‘monstro’ ou layout eletrônico, para o meio rádio;
c)storyboard animado ou animatic, para os meios TV, cinema e internet;
d) ‘boneca’ ou layout montado dos materiais de não mídia.

1.3.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real, ampliado ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 1.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

1.3.3.3.2 Na elaboração de ‘monstro’ ou layout eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

1.3.3.3.3 Na elaboração do storyboard animado ou animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

1.3.3.3.4 O ‘monstro’ ou layout eletrônico e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, executáveis em sistema operacional Windows.

1.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive) não poderão constar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da licitante, ou de qualquer CONTRATANTE, somente a marca do seu fabricante.

1.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

1.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

1.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
c)uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, anúncio para tablets, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger e similares, entre outros), será considerada 1 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 1 (uma) peça;
e) um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças;
f) um banner e o hotsite por ele direcionado serão considerados 2 (duas) peças.

1.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a alínea ‘d’ do subitem 1.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

1.3.4 Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia-constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária e a Ideia Criativa propostas, sob a forma de textos, tabelas, gráficos, infográficos e ou planilhas, contemplando:

a) estratégia de mídia e não mídia: proposição e defesa dos meios de divulgação, das formas inovadoras de comunicação e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha;

b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e demais meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de divulgação;

c) plano de mídia: composto de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos e demais meios de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

d)plano de formas inovadoras de comunicação publicitária: composto por planilhas com a indicação de uso de plataformas de comunicação e divulgação, informando fornecedor, valor a ser aplicado e indicadores- chave de performance (KPI);

e) simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis).

1. Na estratégia de não mídia deverão ser apresentadas as iniciativas publicitárias que não envolvam a aquisição de espaços e tempos publicitários, tais como o uso de canais proprietários do Ministério das Comunicações, a divulgação de conteúdo publicitários em suas plataformas e redes (sociais, vídeo, áudio etc.), em formato orgânico, entre outros a critério da licitante.

1.3.4.2 Todas as peças publicitárias que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3 deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

1.3.4.3 O plano de mídia e não mídia e/ou de formas inovadoras de comunicação deverão apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:
a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação/plataformas de comunicação e divulgação;
c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e demais meios de divulgação, separados por meios;
d)os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos e demais meios de divulgação;
e) os valores (absolutos e percentuais) que a licitante propõe alocar em ações para desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação), em consonância com novas tecnologias,
f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a plataformas de comunicação e divulgação;
g) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia;
h) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;
i) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária ou material publicitário de não mídia;

No caso de soluções via plataformas de comunicação e divulgação, deverão ser considerados os valores de tabela cheia dos fornecedores que operam com tabela e/ou os valores resultantes das simulações feitas nessas plataformas de comunicação e divulgação,

conforme os parâmetros, objetivos e formatos de compra definidos na estratégia de mídia proposta pela licitante.

1.3.4.3.1 Para fins desta concorrência, enquadram-se na categoria de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação) as ações destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, a exemplo das redes sociais, dos sites de buscas e das plataformas digitais (Facebook, Google, Instagram, Twitter, TikTok, Kwai, LinkedIn e YouTube, entre outros).

1.3.4.4 Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação que operam com tabelas públicas deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
b) deverá 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;
c) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

1.3.4.4.1 Caso o Edital desta concorrência venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 1.3.4.4 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

1.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir- se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:
I- ter a identificação da licitante;
II- ser datado;
III- estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 1.5nãopoderáapresentar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, infográficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar as seguintes informações para cada subquesito, abaixo discriminadas:
a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do contratante para a execução do contrato;
d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato; e

e) relação 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 Ministério das Comunicações, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

1.7 Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.7.1 Os documentos, informações e peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.8 O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

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

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

1.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.7 ou ser apresentadas soltas.

1.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.7 ou ser apresentadas soltas. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

1.8.1.3.1 Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

1.8.2 Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

1.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agências de propaganda.

1.9 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.9.1 Os documentos, informações e peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só,

possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.10 A licitante deverá apresentar 3 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 4 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:
I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura do funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
III – não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

1.10.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

1.10.2 As ações dos Relatos de que trata o subitem 1.10 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2020.

1.10.3 É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias,
independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:
I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.9 ou ser apresentadas soltas;
II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;
III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

1.10.3.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

2.1 Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

2.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica cuja constituição obedecerá às disposições a serem estabelecidas no Edital desta concorrência.

2.2.1 A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Apêndice e no Edital.

2.3Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

2.3.1 **Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária**

2.3.1.1 **Subquesito 1 - Raciocínio Básico**

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação;
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo I do Edital).

2.3.1.2 **Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária**

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Ministério das Comunicações, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do contratante seus públicos;
d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Ministério das Comunicações, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo I do Edital);
f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.

2.3.1.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa

a.1. o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
b.2. a pertinência da solução criativa com a natureza do CONTRATANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
c.3. a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
d.4. a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
e.5. a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
f.6. a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
g.7. a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

2.3.1.4 **Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia**

a.1. a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
b.2. a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
c.3. a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
d.4. a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;

e.5. a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Ministério das Comunicações e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
f.6. o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

2.3.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

a) o porte e a tradição dos clientes, como CONTRATANTEs publicitários, e o período de atendimento a cada um;
b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Ministério das Comunicações;
c)a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do contratante na execução do contrato;
d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o contratante e a licitante; e
e) 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 do Ministério das Comunicações.

2.3.3 Quesito 3 - Repertório

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
b) a clareza e a precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
c)a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

2.3.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a.1. a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
b.2. a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
c.3. a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
d.4. o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

2.4 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

2.4.1 Além de examinar o atendimento, pelas licitantes, das disposições estabelecidas para a apresentação e julgamento das Propostas, a Subcomissão Técnica deverá efetuar um exame comparativo entre as Propostas apresentadas em relação a cada quesito e subquesito.

2.4.1.1 A comparação entre as propostas deverá aferir o maior ou menor grau de adequação de cada uma aos critérios de julgamento.

2.4.1.2 As diferenças de grau de adequação entre as Propostas deverão refletir- se na gradação das pontuações atribuídas a cada quesito e subquesito.

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

Quesitos	Pontuação máxima
1. **Plano de Comunicação Publicitária**	**65**
1.1 Raciocínio Básico	5
1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária	25
1.3. Ideia Criativa	25
1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2. Capacidade de Atendimento	**15**
3. Repertório	**10**
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	**10**
Pontuação total	**100**

2.4.2.1 Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 1.8.1 e 1.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 2.4.2 deste Apêndice.

2.4.3 A pontuação final de cada quesito ou subquesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Subcomissão Técnica, expressa em 1 (uma) casa decimal.

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

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

2.4.5 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.5 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as 02 (duas) agências de propaganda com as maiores pontuações, observado o disposto no subitem 2.6.

2.5.1 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das duas licitantes mais bem classificadas, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.5.2 Se ainda assim persistir o empate, a decisão será feita por sorteio, na forma a ser disciplinada no Edital desta concorrência.

2.6 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, resulte, inequivocamente, na identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;
c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.6.1 Ante a ocorrência da situação de que trata a alínea ‘a’ do subitem anterior, a Subcomissão Técnica deverá registrar em ata o nome da licitante identificada e o motivo concreto e inequívoco que constituiu a identificação.

2.7 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender a outras exigências deste Apêndice e do Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto nos subitens 16.4 e 17.2.7.1.

APÊNDICE 3

APÊNDICE 3 APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

1.1 As licitantes deverão elaborar Proposta de Preços com base no modelo que constitui o Anexo III do Edital.

1.1.1 Referida proposta deverá ser apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.2 O prazo de validade da Declaração de que trata o subitem 1.3 do referido modelo deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

1.2.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos Invólucros nº 4, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência nos termos do § 2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

1.2.1.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos Invólucros nº 4 ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

1.2.2 As Propostas de Preços, apresentadas pelas licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, serão analisadas e julgadas pela Comissão Especial de Licitação no tocante ao atendimento das disposições do Edital e deste Apêndice.

1.2.3 Será considerada classificada à próxima etapa do certame a licitante cuja Proposta esteja em conformidade com as disposições do Edital e deste Apêndice.

2.3 Será desclassificada a licitante cuja Proposta tenha sido apresentada com vício insanável em relação às disposições do Edital e deste Apêndice.

APÊNDICE 4

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

1. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

1.1 Os Documentos de Habilitação, a serem apresentados pelas 02 (duas) licitantes vencedoras da etapa de julgamento das Propostas Técnicas e das Propostas de Preços, deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - em via 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 exibida a via original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

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

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

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

1.2.1 Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea ‘a’ deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

1.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
b) inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) regularidade perante as Fazendas federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;
d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
e) regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;
f) regularidade perante a Justiça do Trabalho;

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

1.2.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

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

1.2.3 Qualificação Técnica:

a) ao menos uma declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 1.1 do Projeto Básico;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

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

b3) certificado de qualificação técnica de funcionamento (art. 4º da Lei 12.232/2010).

1.2.4 Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

b) balanço patrimonial, demonstrações de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no § 6º do art. 69 da Lei nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados

por índices oficiais quando encerrados a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro
Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

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

IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;
b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
c) termo de abertura e encerramento;
d) requerimento de autenticação de Livro Digital;
e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

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

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

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

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 1.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

b) do balanço referido no subitem 1.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

1.2.4.3 Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

1.2.4.4 A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem

1.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 10% (dez por cento) do valor estipulado no subitem 3.1 do Projeto Básico

1.2.5 Declarações:

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:

À
Comissão Especial de Licitação Referente Concorrência nº xxx/2026

<nome da licitante, inscrita no CNPJ sob o nº , por intermédio de seu representante legal , portador(a) da Carteira de Identidade nº / , inscrito(a) no CPF sob o nº , DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, que não

emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

<se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:>
Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

<local e data>

<representante legal da licitante
b) declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009:

À

Comissão Especial de Licitação Referente Concorrência nº xxx/2026

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante, doravante denominada <nome de fantasia>, para fins do disposto na alínea 'b' do

subitem 1.2.5 do Apêndice 4, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela <nome da licitante>, e que o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do Ministério das Comunicações, antes da abertura oficial das propostas; e

f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

<local e data>

<representante legal da licitante

1.3Todos 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.

1.4 A inscrição no sistema de registro cadastral unificado disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), a que se referem os arts. 87 e 88 da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do dentro de seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 1.2.1 e nas alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 1.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao contratante a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

1.5 A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, apenas deverá apresentar:

a) ao menos uma declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 1.1 do Projeto Básico;
b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas ‘b’, ‘b1’ e ‘b2’ do subitem 1.2.3;

c) comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 10% (dez por cento) do valor estipulado no subitem 3.1 do Edital, se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta on-line a que se refere o subitem 2.2 – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);
d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.2.5.

1.5.1 Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 1.5 não estiverem disponíveis no SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea 'b' do subitem 1.2.4 ou, se for o caso, a alínea 'b' do subitem 1.2.4.1.

1.5.2 À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do SICAF.

2. JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

2.1 A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das 2 (duas) licitantes mais bem classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e das Propostas de Preços e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 1.

2.2 Em complemento à análise dos documentos das licitantes que optaram por realizar sua habilitação conforme previsto no subitem 1.5, serão realizadas consultas on-line no SICAF, com vistas a verificar a conformidade dos documentos de habilitação, cuja consulta será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021 e da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023.

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

2.3 Para a análise da habilitação das licitantes também serão realizadas consultas: ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), conforme disposto no inciso III do art. 6º da Lei nº 10.522/2002, ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o Acórdão nº 1793/2011- Plenário, do Tribunal de Contas da União (TCU).

2.4 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

Água Preta/PE, xx de _____de 2026.

Equipe de Planejamento