



# CONCORRÊNCIA PRESENCIAL

064/2026

**PREFEITURA MUNICIPAL DE ANÁPOLIS**  
(989221)

**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 INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE AÇÕES PUBLICITÁRIAS JUNTO A PÚBLICOS DE INTERESSE.**

**VALOR TOTAL DA CONTRATAÇÃO**  
R\$ 19.000.000,00 (Dezenove milhões de reais)

**DATA DA SESSÃO PÚBLICA**  
Dia 16/12/2026 às 09:00h (horário de Brasília)

**CRITÉRIO DE JULGAMENTO:**  
TÉCNICA E PREÇO

**MODO DE DISPUTA:**  
FECHADO

**PREFERÊNCIA ME/EPP/EQUIPARADAS**  
Não

**LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA**  
Auditório do Centro de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia de Anápolis (CEITEC),  
térreo, localizado na Av. Profa. Zenaide de Calle Roriz, 1350 - Jundiáí, Anápolis, Goiás.



## Sumário

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| 1. DO OBJETO.....                                                  | 3  |
| 2. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS .....                 | 4  |
| 3. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO .....                                 | 5  |
| 4. RETIRADA DO EDITAL .....                                        | 6  |
| 5. DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO.....      | 6  |
| 6. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES .....                          | 7  |
| 7. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO ..... | 7  |
| 8. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA .....                               | 8  |
| 9. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA .....                          | 9  |
| 10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS .....                        | 15 |
| 11. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS.....                             | 17 |
| 12. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS.....       | 19 |
| 13. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO .....                    | 20 |
| 14. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO .....               | 21 |
| 15. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA.....             | 22 |
| 16. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS .....                         | 26 |
| 17. RECURSOS ADMINISTRATIVOS.....                                  | 26 |
| 18. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS.....                                | 27 |
| 19. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO .....                                | 32 |
| 20. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS.....                                 | 32 |
| 21. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE.....                 | 33 |
| 22. FISCALIZAÇÃO .....                                             | 33 |
| 23. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO .....                                  | 34 |
| 24. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS .....                                  | 34 |
| 25. DISPOSIÇÕES FINAIS .....                                       | 37 |
| 26. ANEXO I: TERMO DE REFERÊNCIA.....                              | 39 |
| 27. ANEXO II: BRIEFING; .....                                      | 39 |
| 28. ANEXO III: MODELO DE PROCURAÇÃO; .....                         | 39 |
| 29. ANEXO IV: MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS; .....                  | 39 |
| 30. ANEXO V: MINUTA DE CONTRATO .....                              | 39 |
| 31. ANEXO VI: PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA.....                 | 39 |

**CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 064/2026**

(Processo Administrativo nº01114.00000105/2025-83)

Torna-se público que a Prefeitura Municipal de Anápolis, doravante denominado ANUNCIANTE, por meio da Secretaria Municipal de Administração, Gestão de Pessoas e Inovação, com sede à Av. Profa. Zenaide de Calle Roriz, 1350 - Jundiá, Anápolis - GO, 75110-030, realizará licitação, na modalidade CONCORRÊNCIA, na forma PRESENCIAL, nos termos da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021, Decreto Municipal nº. 48.980, de 27 de abril de 2023 e demais legislações aplicáveis e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital.

**1. DO OBJETO**

O objeto da presente concorrência é a 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 junto a públicos de interesse.

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, relacionados à execução dos contratos;
- 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 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.

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

**1.1.1.2.** O planejamento, previstos no subitem 1.1, 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 1.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, 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.

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.

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.

Para a prestação dos serviços serão contratadas **02 (duas) agências de propaganda**, doravante denominada agências, licitantes ou contratadas.

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.

As agências atuarão por ordem e conta do ANUNCIANTE, 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 1.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1 deste Edital.

As agências atuarão de acordo com solicitação do ANUNCIANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1.

Para a execução dos serviços, o ANUNCIANTE instituirá procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela Administração e publicada na imprensa oficial, conforme disposto no art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010.

## 2. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$19.000.000,00 (dezenove milhões de reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2026 consta da Lei Orçamentária Anual - 2026 da LOA, correrá por conta das seguintes Dotações Orçamentárias:

| UNIDADE                                     | DOTAÇÃO          |
|---------------------------------------------|------------------|
| Secretaria Municipal de Comunicação - SECOM | 04.131.0501-2047 |

|                                                                       |                  |
|-----------------------------------------------------------------------|------------------|
| Fundo Municipal de Saúde - FMS                                        | 04.131.0501-2083 |
| Fundo Municipal de Manutenção e Desenvolvimento<br>do Ensino – FUMMDE | 12.131.0501-2082 |
| Secretaria Municipal de Assistência e Políticas<br>Sociais            | 08.122.0400-2797 |
| Companhia Municipal de Trânsito e Transportes –<br>CMTT               | 04.122.0400.2022 |
| Fundo Municipal de Defesa do Consumidor                               | 04.131.0501.2085 |

A Prefeitura Municipal de Anápolis se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

No interesse do ANUNCIANTE, 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. Se o ANUNCIANTE 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.

Na prorrogação, o ANUNCIANTE 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.

O ANUNCIANTE 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. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Prefeitura Municipal de Anápolis;
- b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
- d) estrangeira que não funcione no País;
- e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados

integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o ANUNCIANTE;

f) que estejam reunidas em consórcio;

g) as pessoas jurídicas constituídas sob a forma de cooperativa

h) que atuem sem fins lucrativos.

Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep) e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - do Plenário, do Tribunal de Contas da União – TCU e no Art. 91, §4º da Lei 14.133/2021.

Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação o invólucro padronizado previsto no subitem 8.1.1.1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e 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.

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 ANUNCIANTE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

#### **4. RETIRADA DO EDITAL**

Este Edital será fornecido pelo ANUNCIANTE de forma gratuita, podendo ser retirado por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

➡ [www.gov.br/pncp](http://www.gov.br/pncp)

➡ <https://acessoainformacao.anapolis.go.gov.br/>.

O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial Município e no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

#### **5. DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO**

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

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

da abertura do certame.

A impugnação e o pedido de esclarecimento poderão ser realizados por forma eletrônica, pelo e-mail: [licitacao@anapolis.go.gov.br](mailto:licitacao@anapolis.go.gov.br).

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

A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pelo Pregoeiro/Agente de Contratação/Comissão, nos autos do processo de licitação.

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

## **6. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

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

Os documentos mencionados no subitem 6.1 deverão ser fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

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

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, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o ANEXO III: MODELO DE PROCURAÇÃO;. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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.

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

## **7. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão

ser entregues à Comissão de Contratação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 8, 12 e 16 deste Edital.

Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos no dia horário e local previsto na capa desse edital.

Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão de Contratação.

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

O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 21, e na legislação.

Todas as sessões serão gravadas em áudio e vídeo, cujo material fará parte do presente processo licitatório.

## **8. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

### **Invólucro nº 1**

No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 9.2 e 10 deste Edital.

Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão de Contratação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente no Centro de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia de Anápolis (CEITEC), 1º andar, localizado na Av. Profa. Zenaide de Calle Roriz, 1350 - Jundiá, Anápolis, Goiás, de segunda a sexta-feira, das 08:00h às 12:00h e 14:00h às 18:00h, Fone: (62) 2604-0101 (Ramal: 2317), Recepção da Diretoria de Compras e Licitações da Secretaria Municipal de Administração.

Será disponibilizado 1 (um) envelope da Via não Identificada por participante. O Envelope poderá ser retirado no local informado no item **8.1.1.1** a partir do dia 22 de outubro de 2026.

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:

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

### **Invólucro nº 2**

No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 10.2 deste Edital.

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 064 / 2026 – Prefeitura Municipal de Anápolis

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.

**Invólucro nº 3**

No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 10.3, 10.5 e 10.7 deste Edital.

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 064 / 2026 – Prefeitura Municipal de Anápolis

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.

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.

**9. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

| QUESITOS                             | SUBQUESITOS                                |
|--------------------------------------|--------------------------------------------|
| 1. Plano de Comunicação Publicitária | I. Raciocínio Básico                       |
|                                      | II. Estratégia de Comunicação Publicitária |
|                                      | III. Ideia Criativa                        |
|                                      | IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia        |
| 2. Capacidade de Atendimento         |                                            |

|                                                    |
|----------------------------------------------------|
| 3. Repertório                                      |
| 4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação |

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

A proposta técnica será apresentada em três vias digitais distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante;

O Plano de Comunicação será apresentado em duas vias digitais, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

**Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Invólucro nº 01)**

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado de acordo com a seguinte formatação:

- Em papel tipo sulfite, A4 – com até 90 g/m<sup>2</sup> branco;
- Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m<sup>2</sup>;
- Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.
- Alinhamento justificado do texto.
- Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);
- Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito.
- Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças da Ideia Criativa, estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

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

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Apêndice Briefing, que fará parte do edital licitatório, observadas as seguintes disposições:

**SUBQUESTO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO** - apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Anápolis para enfrentar os desafios ou os problemas gerais e ou específicos, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados;

**SUBQUESTO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA** - apresentação pela

licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

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

Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

**SUBQUESTO 3 - IDEIA CRIATIVA** - apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e ou material. Essa relação deverá relacionar as peças ou material em dois blocos: o primeiro, com as peças corporificadas, com o limite de 10 (dez) peças e o segundo, com as peças não corporificadas, sem limite do número de peças.

da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

**SUBQUESTO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA** - constituída de:

**9.6.1.1.** apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

**9.6.1.2.** simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de **R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais)**.

**9.6.1.3.** Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

**9.6.1.3.1.** o período de distribuição das peças e ou material;

**9.6.1.3.2.** as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

**9.6.1.3.3.** os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

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

**9.6.1.3.5.** as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

**9.6.1.3.6.** os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

**9.6.1.3.7.** os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

**9.6.1.4.** Nessa simulação:

**9.6.1.4.1.** Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

**9.6.1.4.2.** deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65;

**9.6.1.4.3.** devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

**9.6.1.4.4.** para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

**9.6.1.4.5.** Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, entre outras, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

**9.6.1.5.** Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas, os quais não precisam seguir a formatação de fonte, tamanho e cores definida para o Plano de Comunicação Publicitária.

**9.6.1.6.** Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão de Contratação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente conforme item **8.1.1.**

**Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada (Invólucro nº 02)**

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

ter a identificação da licitante;

ser datado;

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.

**Capacidade de Atendimento (Invólucro nº 03)**

A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna,

rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

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

relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles.

a quantificação e a qualificação sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

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

#### **Repertório (Invólucro nº 03):**

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

Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

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

As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2021.

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

Para cada peça e ou material, 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 e ou distribuição e, no caso de veiculação, a menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Município de Anápolis.

### **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (Invólucro nº 03)**

**9.10.1.** A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**9.10.2.** Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

**9.10.3.** A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. O Relato:

**9.10.3.1.** será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

**9.10.3.2.** deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

**9.10.3.3.** não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo Município de Anápolis;

**9.10.3.4.** deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

**9.10.4.** A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

**9.10.5.** Os relatos de soluções de que tratam o subitem 11.7.3. devem ter sido implementados a partir de 01.01.2021.

**9.10.6.** É permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

**9.10.6.1.** as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou PEN DRIVE, podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;

**9.10.6.2.** as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no Edital, em papel A4 ou A3 dobrado ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

**9.10.6.3.** para cada peça e ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram resolver.

**9.10.7.** Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no Edital.

## **10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

A Subcomissão Técnica prevista neste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

### **Plano de Comunicação Publicitária**

#### **RACIOCÍNIO BÁSICO** – a acuidade de compreensão:

das funções e do papel do Município de Anápolis nos contextos social, político e econômico;  
da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Anápolis com seus públicos;  
das características do Município de Anápolis e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;

dos desafios ou dos problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados pelo Município de Anápolis;

das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esses desafios ou problemas.

### **ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município de Anápolis e a seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação;

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

a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Anápolis com seus públicos;

a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, geral e ou específico, de comunicação do Município de Anápolis;

a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Município de Anápolis o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

#### **IDEIA CRIATIVA**

sua adequação aos desafios ou problemas geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura do Município de Anápolis;

sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;

a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

sua pertinência às atividades da Prefeitura do Município de Anápolis e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;

a exequibilidade das peças e ou do material

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

#### **ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA**

o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;

a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura de Anápolis;

a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;

a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

#### **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

o porte e a tradição dos clientes atuais das licitantes e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura de Anápolis;

a adequação das instalações da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de Anápolis e a licitante, esquematizado na proposta;

a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da prefeitura do Município de Anápolis, sem ônus adicional durante a vigência do contrato.

### REPERTÓRIO

- a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propõe a resolver;
- a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- a clareza da exposição das informações prestadas;
- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
- a evidência de planejamento publicitário;
- a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- a relevância dos resultados apresentados;
- a concatenação lógica da exposição.

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

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

| QUESITOS/SUBQUESITOS                                   | PONTOS     |
|--------------------------------------------------------|------------|
| <b>Plano de Comunicação Publicitária, sendo:</b>       | <b>65</b>  |
| Raciocínio Básico                                      | 10 pontos  |
| Estratégia de Comunicação Publicitária                 | 20 pontos  |
| Ideia Criativa                                         | 20 pontos  |
| Estratégia de Mídia e Não Mídia                        | 15 pontos  |
| <b>Capacidade de Atendimento</b>                       | <b>15</b>  |
| <b>Repertório</b>                                      | <b>10</b>  |
| <b>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b> | <b>10</b>  |
| <b>Pontuação máxima total</b>                          | <b>100</b> |

A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

Será considerada mais bem classificada na fase de julgamento da Proposta Técnica a licitante que obtiver a maior nota.

Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

- a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a 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.

Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência.

### 11. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

<https://www.anapolis.gov.br/> E-mail: [licitacao@anapolis.gov.br](mailto:licitacao@anapolis.gov.br)  
Centro de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia de Anápolis (CEITEC)  
Av. Profa. Zenaide de Calle Roriz, 1350 - Jundiá, Anápolis - GO, 75110-030

**Invólucro nº 4**

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

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

**Invólucro nº 4**

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 064/ 2026 – Prefeitura Municipal de Anápolis

**11.2.** As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

**11.4.** Os quesitos a serem valorados são os integrantes do subitem 11.1 da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constituirá um dos anexos do edital, ressalvado que, nos termos do artigo 59, inciso III da Lei 14.133/21 **não será aceito:**

a) **desconto inferior a 10% (dez por cento) ou superior a 50% (cinquenta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) ou inferior a 8% (oito por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, bem como incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) ou inferior a 8% (oito por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.

d) **Percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento) ou inferior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

**11.5.** Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a maior soma no resultado final, após apuração conforme tabela abaixo:

| <b>Desconto/Honorários</b>                                                                              | <b>Pontos (P)</b>                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 11.4             | $P1 = 0,1 \times \text{Desconto}$            |
| Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 11.4 | $P2 = 2,0 \times (15,0 - \text{Honorários})$ |
| Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 11.4 | $P3 = 2,0 \times (15,0 - \text{Honorários})$ |

|                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Percentual de remuneração incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 11.4                                                                                                                                                        | $P4 = 2,0 \times (20,0 - \text{Remuneração})$ |
| Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos descontos, honorários e remuneração serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%” |                                               |

**11.6.** A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 11.5 como segue:  $P = P1+P2+P3+P4$ .

**11.7.** A proposta de preços que obtiver a maior nota será considerada a de menor preço.

**11.8.** Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

**11.8.1.** o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'b' do subitem 11.4.

**11.8.2.** o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'c' do subitem 11.4.

**11.8.3.** o menor percentual de remuneração mencionados na alínea 'd' do subitem 11.4.

**11.8.4.** o maior percentual de desconto mencionado na alínea 'a' do subitem 11.4..

**11.8.5.** Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação considerará o preço por extenso.

**11.9.** O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

**11.9.1.** Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 11.9 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação realizará com ela diligência nos termos do §2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

**11.9.2.** A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Propostas de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

## 12. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

**12.1.** O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo Técnica e Preço.

**12.1.1.** O cálculo da "Nota Final" (NF) dos proponentes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das Propostas Técnicas e de Preços, apuradas pela utilização da seguinte fórmula:

$NF = (0,7 \times NT) + (0,3 \times NP)$  Onde:

NF é a Nota Final da licitante;

0,7 é a ponderação da Nota Técnica;

NT é a Nota Técnica da licitante;

0,3 é a ponderação da Nota Preço;

NP é a Nota Preço da licitante.

**12.2.** A Nota Final terá apenas 02 (duas) casas decimais obtidas da aplicação da operação

aritmética acima, não se admitindo arredondamento.

**12.3.** A classificação dos proponentes far-se-á em ordem decrescente dos valores das Notas Finais, sendo declaradas vencedoras as 02 (duas) licitantes que atingirem a maior Nota Final e que restarem habilitadas.

**12.4.** Ocorrendo empate na Nota Final (média ponderada entre Proposta Técnica e Proposta de Preço), aplicar-se-ão, sucessivamente, os critérios de desempate previstos no art. 60 da Lei Federal nº 14.133/2021, nesta ordem:

- I. Disputa final, hipótese em que as licitantes empatadas poderão apresentar nova proposta de preços em ato contínuo à classificação;
- II. Avaliação do desempenho contratual prévio das licitantes, mediante registros cadastrais ou informações oficiais disponíveis;
- III. Desenvolvimento de ações de equidade entre homens e mulheres no ambiente de trabalho;
- IV. Existência de programa de integridade implementado pela licitante;
- V. Preferências legais e regulamentares, observada a seguinte ordem:
  - a) empresas estabelecidas no território do Estado de Goiás, nos termos do art. 60, § 1º, inciso I, da Lei Federal nº 14.133/2021;
  - b) empresas brasileiras;
  - c) empresas que invistam em pesquisa e desenvolvimento de tecnologia no País;
  - d) empresas que comprovem ações de mitigação ambiental, nos termos da Lei Federal nº 12.187/2009;
- VI. sorteio eletrônico, realizado em plataforma de webconferência e/ou de forma presencial, em ato público, com registro em ata e possibilidade de acompanhamento pelas licitantes.

### **13. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**13.1.** Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

**13.1.1.** A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame.

#### **Invólucro nº 5**

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

|                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Invólucro nº 5</b><br/>Documentos de Habilitação<br/>Nome empresarial e CNPJ da licitante<br/>Concorrência nº 064/ 2026 – Prefeitura Municipal de Anápolis</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**13.3.** 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.

#### 14. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.1. Os documentos previstos no item 4.7 do Termo de Referência, necessários e suficientes para demonstrar a capacidade do licitante de realizar o objeto da licitação, serão exigidos para fins de habilitação, nos termos dos [arts. 62 a 70 da Lei nº 14.133, de 2021](#).

14.2. Para empresas estrangeiras que não funcionem no País, as exigências de habilitação serão atendidas mediante documentos equivalentes, inicialmente apresentados em tradução livre.

14.3. Para empresa estrangeira que não funcione no País, com fins de assinatura do contrato ou da ata de registro de preços, os documentos exigidos para a habilitação serão traduzidos por tradutor juramentado no País e apostilados nos termos do disposto no [Decreto nº 8.660, de 29 de janeiro de 2016](#), ou de outro que venha a substituí-lo, ou consularizados pelos respectivos consulados ou embaixadas.

14.4. Os documentos exigidos para fins de habilitação poderão ser apresentados em original ou por cópia nos termos do inciso IV do Art. 12 da Lei Federal nº 14.133/2021.

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

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

14.7. Será verificado se o licitante apresentou, a declaração de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.

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

14.9. A verificação pela Comissão de Contratação, em sítios eletrônicos oficiais de órgãos e entidades emissores de certidões constitui meio legal de prova, para fins de habilitação.

14.10. Os documentos relativos à regularidade fiscal que constem do Termo de Referência somente serão exigidos, em qualquer caso, em momento posterior ao julgamento das propostas, e apenas dos licitantes mais bem classificado.

14.11. Após a entrega dos documentos para habilitação, não será permitida a substituição ou a apresentação de novos documentos, salvo em sede de diligência, para ([Lei 14.133/21](#),

[art. 64](#), e [IN 73/2022, art. 39, §4º](#)):

**14.11.1.** Complementação de informações acerca dos documentos já apresentados pelos licitantes e

desde que necessária para apurar fatos existentes à época da abertura do certame; e

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

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

**14.13.** Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão de Contratação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

**14.14.** A comprovação de regularidade fiscal e trabalhista das microempresas e das empresas de pequeno porte somente será exigida para efeito de contratação, e não como condição para participação na licitação ([art. 4º do Decreto nº 8.538/2015](#)).

## **15. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**15.1.** Esta concorrência será processada e julgada por Comissão de Contratação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

**15.2.** As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação, observando -se as regras da Lei n. 12.232/2010.

**15.3.** A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação, que terá no mínimo 09 (nove) nomes, sendo 06 (seis) nomes de servidores que compõe os quadros da Secretaria Municipal de Comunicação e/ou da Administração Pública, e 03 (três) nomes do mercado, dos quais serão sorteados 02 (dois) integrantes com vínculo com a Administração e 01 (um) sem vínculo com a Administração/Contratante.

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

**15.3.2.** Para composição da relação prevista no subitem 15.3 a Comissão de Contratação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 15.3, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica. A relação dos nomes referidos no subitem 15.3 será publicada no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

**15.3.3.** O sorteio será processado pela Comissão de Contratação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o ANUNCIANTE, nos termos dos subitens 15.3 e 15.3.1 deste Edital.

**15.3.4.** Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 15.3, mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão.

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

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

**15.3.6.1.** Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 15.3 e 15.3.1 deste Edital.

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

**15.3.7.** A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 15.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

**15.4.** A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, *caput*, da Lei 14.133/2021.

**15.4.1.** Os membros da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados o respectivo modelo:



**MODELO**

**SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**ORIENTAÇÕES GERAIS**

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

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão de Contratação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão de Contratação.

**MODELO**

**TERMO DE RESPONSABILIDADE**

1. Eu, ..... , Matrícula nº..... , vinculada ao..... , integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a) ..... , para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 14.133/2021, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge,

companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

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

Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão de Contratação.

Data: \_\_\_\_de \_\_\_\_de \_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Assinatura

**15.5.** Os membros da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo I do título IV da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

## **16. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

**16.1.**A juízo da Comissão de Contratação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Município é obrigatória:

- a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;
- b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

## **17. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

**17.1.**A interposição de recurso referente ao julgamento das propostas, à habilitação ou inabilitação de licitantes, à anulação ou revogação da licitação, observará o disposto no [art. 165 da Lei nº 14.133, de 2021](#).

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

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

**17.3.1.1.**a intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, sob pena de preclusão;

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

**17.4.** Os recursos poderão ser protocolizados no Centro de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia de Anápolis (CEITEC), 1º andar, localizado na Av. Profa. Zenaide de Calle Roriz, 1350 - Jundiá, Anápolis, Goiás, das 08:00h às 12:00h e 14:00h às 18:00h, Recepção da Diretoria de Compras e Licitações da Secretaria Municipal de Administração, ou por forma eletrônica, pelo e-mail: [licitacao@anapolis.go.gov.br](mailto:licitacao@anapolis.go.gov.br).

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

**17.6.** Os recursos interpostos fora do prazo não serão conhecidos.

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

**17.8.** O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão

recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

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

**17.10.** Os autos do processo permanecerão com vista f ranqueada aos interessados no Sistema Eletrônico de Informações (SEI).

## **18. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

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

**18.1.1.** A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 6.1 deste Edital.

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

**18.1.3.** Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

**18.1.4.** O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

**18.1.5.** Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedo ra, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 15.4.1.

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

**18.1.7.** Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

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

## **18.2. PRIMEIRA SESSÃO**

**18.2.1.** A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 7.2 e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 6.1 deste Edital;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 3 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

**18.2.2.** O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão de Contratação se:

- a) não estiver identificado;
- b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

**18.2.2.1.** Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 18.2.2, a Comissão de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

**18.2.3.** A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 18 deste Edital.

**18.2.3.1.** A Comissão de Contratação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 18.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

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

**18.2.3.1.2.** Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Contratação ou os representantes das licitantes constatarem

ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

**18.2.4.** A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 18.2.2 acima.

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

**18.2.6.** Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 18.2.7 e seguintes.

**18.2.6.1.** Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Contratação, pertinentes à primeira sessão, esta consignará em ata e divulgará o resultado na forma do item 16, o prazo para a interposição de recursos, se dará conforme disposto no item 17 deste Edital.

**18.2.7.** Serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

- a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 1;
- d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de

Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 3.

**18.2.8.** As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 18.2.7 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

### **18.3. SEGUNDA SESSÃO**

**18.3.1.** Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 16, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;
- f) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 16, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo - se aos licitantes a possibilidade para manifestação de interposição de recurso, que deverá ser apresentado conforme disposto no item 17 deste Edital.

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

### **18.4. TERCEIRA SESSÃO**

**18.4.1.** A Comissão de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 16, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

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

- b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço, nos termos dos subitens 11.3 e 11.4 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) verificar se alguma das 02 (duas) licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica apresentou a Proposta de menor preço e efetuar com a que não tenham apresentado a negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 nos termos da Proposta de menor preço;
- g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame;
- h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto nos subitens 12.4 e 12.5, as 02 (duas) licitantes que:
  - h1) tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica e preços e
  - h2) tenha individualmente apresentado a Proposta de menor preço, conforme disposto no item 14, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021
- i) ) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 16, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se aos licitantes a possibilidade para manifestação de interposição de recurso, que deverá ser apresentado conforme disposto no item 17 deste Edital.

## 18.5. QUARTA SESSÃO

**18.5.1.** A Comissão de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 16, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 3 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de

descumprimento;

- c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 16, com a indicação das licitantes habilitadas e inhabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'c' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;
- g) informar que será publicado, na forma do item 16, o nome das licitantes vencedoras desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

## **19. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

**19.1.** Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 25.9 deste Edital.

**19.2.** Serão vencedoras desta concorrência as 02 (duas) licitantes que:

- a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas e Preços;
- b) tenham sido habilitadas, observadas as disposições do item 17 deste Edital.

## **20. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS**

**20.1.** As licitantes vencedoras terão o prazo de 03 (três) dias, contados a partir da convocação, para assinarem os respectivos instrumentos de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo V.

**20.1.1.** O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do ANUNCIANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.

**20.1.1.1.** Se alguma das licitantes vencedoras não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para

a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no § 5º, Art. 90, da Lei 14.133/2021.

**20.2.** Antes da celebração dos contratos, o ANUNCIANTE efetuará consulta 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 disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União.

**20.3.** Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogados nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V).

**20.4.** O ANUNCIANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, os contratos que vierem a ser assinados, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto Minuta de Contrato (Anexo V).

**20.5.** A contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

**20.6.** As contratadas se obrigam a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

**20.7.** As contratadas, a partir de suas sedes, atenderão a Prefeitura Municipal de Anápolis, estabelecidas em território nacional, disponibilizando os profissionais que forem necessários para esse atendimento, sem ter que montar, necessariamente, uma estrutura física neste município, na medida em que a proximidade pode ser adequadamente obtida com os recursos digitais disponíveis que apoiam o atendimento e o relacionamento, sem gerar prejuízos aos serviços prestados.

**20.8.** Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pelas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e a Proposta de menor preço.

## **21. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE**

**21.1.** As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas na Minuta de Contrato (Anexo V) e Termo de Referência (Anexo I) deste Edital, conforme o Art.89, §2º da Lei nº 14.133/2021.

## **22. FISCALIZAÇÃO**

**22.1.** O ANUNCIANTE nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V) e Termo de Referência (Anexo I) deste Edital,.

## **23. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO**

**23.1.**A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V), consoante os preços estabelecidos na Proposta de preço, observado o item 11 deste Edital.

**23.2.**A forma e as condições de pagamento são as constantes da Minuta de Contrato (Anexo V) e Termo de Referência (Anexo I) deste Edital,.

## **24. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**24.1.**No caso de descumprimento total ou parcial das condições deste Edital e seus anexos, a Prefeitura Municipal de Anápolis, sem prejuízo das perdas e danos e das multas cabíveis, nos termos da lei, aplicará à contratada, conforme o caso, as penalidades previstas nos artigos 155 a 163 da Lei Federal nº 14.133/2021, bem como as disposições contidas no Anexo VII do Decreto Municipal nº 48.980, de 27 de abril de 2023.

**24.2.**Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas, gradativamente, as seguintes sanções:

**24.2.1.** advertência;

**24.2.2.** multa;

**24.2.3.** impedimento de licitar e contratar;

**24.2.4.** declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

**24.3.** A sanção de advertência será aplicada nas seguintes hipóteses:

**24.3.1.** descumprimento, de pequena relevância, de obrigação legal ou infração a lei, quando não se justificar aplicação de sanção mais grave; ou

**24.3.2.** inexecução parcial de obrigação contratual principal ou acessória de pequena relevância, a critério da administração, quando não se justificar aplicação de sanção mais grave.

**24.4.** Considera-se pequena relevância o descumprimento de obrigações ou deveres instrumentais ou formais que não impactam objetivamente na execução do contrato e não causem prejuízos à administração.

**24.5.**A sanção de multa será calculada na forma prevista no edital, no contrato ou em outro instrumento obrigacional, e não poderá ser inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) nem superior a 30% (trinta por cento) do valor do contrato licitado ou celebrado, observado o seguinte:

**24.5.1.** a aplicação de multa moratória será precedida de oportunidade para o exercício do contraditório e da ampla defesa; e

**24.5.2.** a aplicação de multa moratória não impedirá que a administração a converta em compensatória e promova a extinção unilateral do contrato cumulada de outras sanções previstas na Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

**24.6.** Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor de pagamento eventualmente devido pela administração ao contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

**24.7.** A multa poderá, na forma do edital, contrato ou de outro instrumento obrigacional, ser descontada de pagamento eventualmente devido pela contratante decorrente de outros contratos firmados com a administração pública municipal.

**24.8.** O atraso injustificado na execução do contrato sujeitará o contratado à multa de mora, na forma prevista em edital, em contrato ou em outro instrumento obrigacional.

**24.9.** A sanção de multa poderá ser aplicada cumulativamente com as demais sanções aqui previstas.

**24.10.** A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada, quando não se justificar a imposição de outra mais grave, àquele que:

**24.10.1.** der causa à inexecução parcial do contrato, que supere a gravidade daquela prevista no inciso I do art. 155 da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, ou que cause grave dano à administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

**24.10.2.** der causa à inexecução total do contrato;

**24.10.3.** deixar de entregar a documentação exigida para o certame;

**24.10.4.** não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

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

**24.10.6.** ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado.

**24.11.** Considera-se inexecução total do contrato:

**24.11.1.** recusa injustificada de cumprimento integral da obrigação contratualmente determinada; e

**24.11.2.** recusa injustificada do adjudicatário em assinar ata de registro de preços, contrato ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela administração, o que caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida.

**24.12.** Evidenciada a inexecução total, a inexecução parcial ou o retardamento do cumprimento do encargo contratual:

**24.12.1.** será intimado o adjudicatário ou contratado para apresentar a justificativa, no prazo de 2 (dois) dias úteis, para o descumprimento do contrato;

**24.12.2.** a justificativa apresentada pelo licitante ou adjudicatário será analisada pelo

agente de contratação, pregoeiro ou comissão de licitação, e a apresentada pela contratada será analisada pelo fiscal do contrato que, fundamentadamente, apresentará manifestação e submeterá à decisão da autoridade competente;

**24.12.3.** rejeitadas as justificativas, o agente público competente submeterá à autoridade máxima do órgão ou entidade para que decida sobre a instauração do processo para a apuração de responsabilidade; e

**24.12.4.** preliminarmente à instauração do processo de que trata o inciso III do § 2º poderá ser concedido prazo máximo de 10 (dez) dias úteis para a adequação da execução contratual ou entrega do objeto.

**24.13.** A sanção de impedimento de licitar e contratar impedirá o sancionado de licitar ou contratar no âmbito da administração pública direta e indireta do Município de Anápolis, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

**24.14.** A sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar será aplicada àquele que:

**24.14.1.** apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

**24.14.2.** fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

**24.14.3.** comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer espécie ou natureza;

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

**24.14.5.** praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei Federal nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

**24.15.** A autoridade máxima, quando do julgamento, se concluir pela existência de infração criminal ou de ato de improbidade administrativa, dará conhecimento ao Ministério Público e, quando couber, à Controladoria-Geral e Auditoria do Município, para atuação no âmbito das respectivas competências.

**24.16.** A sanção de declaração de inidoneidade para licitar, aplicada por qualquer ente da federação, impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da administração pública direta e indireta do Município de Anápolis, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

**24.17.** O cometimento de mais de uma infração em uma mesma licitação ou relação contratual, sujeitará o infrator à sanção cabível para a mais grave entre elas, ou, se iguais, somente a uma delas, sopesando -se, em qualquer caso, as demais infrações como circunstância agravante.

**24.18.** Não se aplica a regra acima prevista se já houver ocorrido o julgamento ou, pelo estágio processual, revelar-se inconveniente a avaliação conjunta dos fatos.

**24.19.** As incidências aqui dispostas não afastam a possibilidade de aplicação da sanção de multa cumulativamente à sanção mais grave.

**24.20.** A cominação das penalidades de multa incidirá conforme as gravidades dos fatos e circunstâncias verificadas, e nos seguintes índices:

**24.21.** Multa moratória de 1% (um por cento) ao dia, por dia útil que exceder o prazo de

fornecimento do objeto, sobre o valor do saldo não atendido, respeitados os limites da lei civil.

**24.22.** Multa administrativa que corresponderá ao valor de até 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, aplicada de acordo com a gravidade da infração e proporcionalmente às parcelas não executadas.

**24.23.** Multa de 10% (dez por cento) por inexecução total do ajuste a qual incidirá sobre o valor do contrato.

**24.24.** Poderá ser aplicada cumulativamente a qualquer outra.

**24.25.** Não tem caráter compensatório e seu pagamento não exime a responsabilidade por perdas e danos das infrações cometidas.

**24.26.** Deverá ser graduada conforme a gravidade da infração.

**24.27.** Nas reincidências específicas, deverá corresponder ao dobro do valor da que tiver sido inicialmente imposta, observando-se sempre o limite de 20% (vinte por cento) do valor do contrato.

**24.28.** As multas moratórias e administrativas poderão ser aplicadas cumulativamente ou individualmente, não impedindo que a Prefeitura Municipal de Anápolis, rescinda unilateralmente o Contrato e aplique as demais sanções legais cabíveis.

**24.29.** A aplicação de multas não elidirá, em face do descumprimento do pactuado, o direito da Prefeitura Municipal de Anápolis, de rescindir de pleno direito o contrato, independente de ação ou interpelação judicial ou extrajudicial, sem prejuízo das demais cominações legais e contratuais cabíveis, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

## **25. DISPOSIÇÕES FINAIS**

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

**25.2.** A Comissão de Contratação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas no subitem 25.1 deste Edital.

**25.3.** Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se o ANUNCIANTE tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações técnicas ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

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

**25.4.** Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem

sujeitas as signatárias dos contratos.

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

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

**25.7.** É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando -se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I do Código Penal, incluído através da Lei nº 14.133/2021

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

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

**25.9.1.** A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

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

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

**25.11.** Correrão por conta do ANUNCIANTE as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, § 1º da Lei nº 14.133/2021.

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

**25.13.** Integram este Edital os seguintes Anexos:



- 26. **ANEXO I: TERMO DE REFERÊNCIA**
- 27. **ANEXO II: BRIEFING;**
- 28. **ANEXO III: MODELO DE PROCURAÇÃO;**
- 29. **ANEXO IV: MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS;**
- 30. **ANEXO V: MINUTA DE CONTRATO.**
- 31. **ANEXO VI: PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA**

Anápolis, 19 de outubro de 2026.

GISELLE ALVES CECÍLIO  
Diretora de Compras e Licitações

PAULO ROBERTO SILVA  
Secretário de Administração, Gestão de  
Pessoas e Inovação

**TERMO DE REFERÊNCIA****1. OBJETO**

**11** O presente Termo de Referência se destina a compor o processo licitatório para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 2 (duas) agências de propaganda, de interesse da Prefeitura Municipal de Anápolis cujo objeto constitui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

| ITEM | CATSER | DESCRIÇÃO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | VALOR ESTIMADO    |
|------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| 1    | 892    | Serviços de publicidade prestados por intermédio de 2 (duas) agências de propaganda, de interesse da Prefeitura Municipal de Anápolis cujo objeto constitui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral. | R\$ 19.000.000,00 |

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

**1.2.1.** ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

**1.2.2.** à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

**13** As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem acima, terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Anápolis, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

## **2. DA JUSTIFICATIVA (Art. 6º, inciso XXIII, “b” da Lei 14.133/21)**

**21** A Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Anápolis tem por finalidade assessorar o Executivo Municipal nas áreas de comunicação social, promover a divulgação das ações do Governo municipal e dos seus órgãos, disseminar informações de interesse público, coordenar a e acompanhar a criação e veiculação da publicidade institucional relativa a planos, programas, projetos e ações, estabelecendo políticas e diretrizes, objetivando a manutenção de um fluxo permanente de informação à sociedade.

**22** O Governo municipal tem mantido seu compromisso com a construção de uma sociedade com mais justiça social e igualdade, baseado no diálogo permanente com a sociedade do município, estimulando a participação popular, com foco no respeito às pessoas e, sobretudo, construindo projetos de governo e políticas públicas, como sua prioridade máxima, considerando que o Município tem uma população de aproximadamente 420.300 habitantes.

**23** As ações do Município têm sido orientadas em quatro eixos estruturantes, intersetoriais e transversais, sem prejuízo de novas demandas que possam ir surgindo ao longo da gestão. Esses eixos estão integrados entre si e são na sua essência, indivisíveis e, portanto, transversais aos demais. São eles:

**2.3.1.** Enfrentar as diferenças sociais com um conjunto de políticas, programas, projetos e ações, direcionados à garantia do efetivo exercício de cidadania da população e continuar construindo oportunidades que garantam o usufruto dos direitos sociais, econômicos e culturais para todos;

**2.3.2.** Fazer uma gestão transparente e eficiente do erário e modernização da gestão que traduz o compromisso de uma gestão pautada pela correta aplicação dos recursos públicos, assegurando a cobertura das políticas com as oportunidades de emprego, trabalho, renda e cidadania, possibilitando ainda a modernização contínua da administração pública;

**2.3.3.** Promover o desenvolvimento para todos que reflete a luta permanente e persistente para construir oportunidades de maior acesso da população aos benefícios decorrentes do desenvolvimento sustentável, focado nas pessoas e suas demandas econômicas, sociais, culturais e ambientais e na valorização da cultura e das identidades da população.

**2.3.4.** Ampliar a infraestrutura e logística com desenvolvimento para todos com o objetivo de reestruturar as ações dessa área visando acessibilidade e utilização democrática dos espaços públicos, na perspectiva de garantir mobilidade das pessoas e bens no território do município e indicar novas possibilidades de qualificar a experiência cotidiana do cidadão e fomentar a atração de investimentos que fortaleçam a economia com geração de emprego e renda.

**24** Entende-se, assim que o jeito correto de fazer gestão também exige uma forma correta de se comunicar com a sociedade, construindo canais de comunicação eficazes para levar a todos os moradores do município conhecimento sobre os atos administrativos e de gestão do Governo Municipal, mas também ouvir permanentemente os anseios da população.

**25** A sociedade da informação que estamos vivenciando, se caracteriza pela necessidade de respostas rápidas e por uma cultura acentuadamente voltada aos relacionamentos internos e externos, com transformações que se localizam principalmente nas formas e no tempo de distribuição de informação, resultado de inovações tecnológicas e da importância ofertada ao desenvolvimento social.

**26** O ambiente da comunicação também mudou, com a inclusão das novas tecnologias que, de um lado, oferecem mais recursos e, de outro, aceleram os processos e alteram uma cultura

bastante tradicional de relacionamento entre as comunidades internas e externas das organizações. Assim, temos notícias via satélite e por redes de crescente autonomia comunicacional do cidadão, a diminuição da prestação de serviços públicos presenciais, o crescente envolvimento da mídia com o mercado, enfim tudo parece indicar que existe uma grande transformação da cultura de comunicação na sociedade contemporânea.

**27.** Nesse contexto, a efetiva execução da política de comunicação institucional exige a prestação de serviços técnicos especializados de publicidade, compreendendo planejamento de comunicação, estudos e estratégias de mídia, criação e desenvolvimento de campanhas, produção de conteúdos e peças publicitárias, planejamento e compra de mídia, bem como o monitoramento da efetividade das ações de divulgação. Tais atividades demandam atuação integrada e multidisciplinar, compatível com o objeto disciplinado pela Lei Federal nº 12.232/2010, não se restringindo à mera produção de materiais gráficos ou à divulgação de informações.

**28.** Ressalta-se que a presente contratação destina-se exclusivamente à publicidade institucional de interesse público, voltada à orientação da população, à divulgação de serviços, programas, campanhas educativas, ações de utilidade pública e à prestação de informações oficiais, observando rigorosamente os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência previstos no art. 37 da Constituição Federal, sendo vedada qualquer utilização para promoção pessoal de autoridades ou agentes públicos.

**29.** Observa-se, portanto, que a comunicação governamental visando a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas e o reconhecimento das ações promovidas nos campos econômico e social é de vital importância para o atingimento das metas estabelecidas. Utilizar de forma correta e eficiente todos os canais online e offline, os recursos próprios (incluindo redes sociais e canais institucionais), alinhados com a comunicação digital que evolui a cada dia, torna-se vital como ferramenta de gestão que aproxima serviços da população, consolida a cidade como polo de atração de investimentos, e garante que os serviços de utilidade pública alcancem os diversos públicos em todas as regiões com foco na orientação social.

### **3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO (Art. 6º, inc. XXIII, “c” da Lei 14.133/21) - DA CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E SEU FUNDAMENTO.**

**31.** A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública deverá ser precedida de correspondente processo licitatório, sob pena de incorrerem as autoridades responsáveis, em infrações legais, inclusive decorrentes da prática de atos de improbidade administrativa, além de outros.

**32.** A Lei 12.232/2010, em seu artigo 1º. estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agência de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados e Municípios.

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

**34.** Serão aplicadas, complementarmente à Lei nº 12.232/2010, também a Lei Federal nº 14.133/2021, a Lei nº 4.680/1965 e seu Decreto nº 57.690/1966, o Decreto Federal n. 4563/2002, o Decreto Municipal n. 48.980/2023 que regulamenta, no âmbito da Administração Pública Municipal Direta e Indireta do Município de Anápolis.

**35.** O procedimento licitatório se dará na modalidade de Concorrência, por expressa disposição da Lei nº 14.133/21 e, excepcionalmente, na forma presencial, com a apresentação das propostas técnica, de preço e dos documentos de habilitação de forma física, levando em consideração que

a manutenção da forma presencial, com apresentação das propostas técnica, de preço e documentos de habilitação justifica-se pela exigência legal quanto à garantia do sigilo na não identificação dos licitantes no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, na forma do disposto no artigo 6º, inciso IV da Lei Federal n. 12.232/2010.

**36.** Adotar-se-á a modalidade **Concorrência**, na forma presencial, nos termos do art. 6º, inciso XXXVIII, da Lei Federal nº 14.133/2021, utilizando-se o **critério de julgamento técnica e preço**, previsto no art. 36 da referida Lei, em razão de o objeto consistir na contratação de serviços de publicidade, reconhecidos como serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual. A opção pela concorrência observa, ainda, o disposto no art. 29 da Lei nº 14.133/2021, que afasta a utilização da modalidade pregão para serviços dessa natureza, sem prejuízo da aplicação da Lei Federal nº 12.232/2010, no que couber.

**37.** O Regime de Execução dos serviços objeto desta contratação, diferentemente das obras e serviços de engenharia, não se aplica a métrica de “empreitada global” ou “empreitada por preço unitário”. O contrato de publicidade é regido por planos de comunicação e execução de campanhas, com remuneração vinculada ao BV (bônus de veiculação) e às regras de mercado publicitário, não por medições físicas ou quantitativas típicas de empreitada. Em razão da impossibilidade de se prever com exatidão os aspectos quantitativos do objeto a ser executado. Sendo assim, o valor do contrato estabelecido neste Termo de Referência é meramente estimativo, devendo ser executado à medida da necessidade da Administração.

**38.** A solução adotada consiste na contratação de agência de propaganda para a prestação integrada de serviços de publicidade institucional, abrangendo planejamento, criação, produção, execução, distribuição, controle e avaliação de campanhas e ações de comunicação, bem como a intermediação técnica junto aos veículos de divulgação e fornecedores especializados, quando necessária. Optou-se por uma solução integrada por proporcionar padronização da identidade institucional, unidade estratégica das campanhas, maior eficiência na gestão contratual e melhor aproveitamento dos recursos públicos, evitando a fragmentação das atividades em múltiplas contratações com objetos interdependentes.

**39.** Sendo os serviços publicitários institucionais reconhecidos como de natureza contínua, o contrato a ser firmado entre a Prefeitura Municipal de Anápolis e a(s) licitante(s) que for(em) vencedora do certame poderá ser prorrogado nos termos do artigo 107 da Lei 14.133/21, desde que a prorrogação venha a ser prevista no edital licitatório e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

**310.** Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agência de publicidade, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica e funcionamento perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão CENP, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

**311.** A(s) agência(s) será(ão) responsável(eis) pela criação de conteúdo, incluindo textos, imagens e vídeo, alinhados com as diretrizes da prefeitura. Essa criação englobará a concepção das peças publicitárias e a realização de todas as etapas para o desenvolvimento das campanhas, supervisionando atividades internas e intermediando com fornecedores externos, tais como produtoras de vídeo, som, gráficas, digitais e outras, para garantir qualidade e conformidade das entregas com as especificações exigidas.

**312.** Na execução das campanhas, a(s) agência(s) atuará(ão) na intermediação com veículos de mídia, como televisão, rádio, jornais, redes sociais e mídias alternativas, selecionando os mais adequados para cada campanha e monitorando a veiculação para assegurar o alcance do público-alvo. Esse acompanhamento permitirá ajustes em tempo real, garantindo a eficácia na transmissão das mensagens.

**313.** O contrato inicial terá duração de 12 (doze) meses, com possibilidade de prorrogações conforme a Lei nº 14.133/2021. Ao final da vigência do contrato e sempre nos limites

estabelecidos pela legislação vigente, o contrato poderá ser renovado para garantir a continuidade dos serviços de publicidade no âmbito da Prefeitura de Anápolis. Em caso de encerramento, a agência contratada realizará a transição, durante o período remanescente do contrato, concluindo as campanhas em andamento e entregando materiais e relatórios à Prefeitura.

**314** Essa solução visa atender as necessidades da Prefeitura de forma eficaz e em conformidade com a legislação, promovendo o engajamento e a informação da comunidade.

#### **4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, inc. XXIII, “d” da lei n. 14.133/21)**

**41** Os serviços objeto desta Concorrência deverão ser prestados exclusivamente por agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, conforme estabelecido na Lei 12.232/2010 e que atendam às demais condições a serem estabelecidas no Edital de Licitação e seus anexos.

**42** O certificado de qualificação técnica de que trata o artigo 4º e seu parágrafo 1º, da lei 12.232/2010 deverá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agência de propaganda.

#### **43 Participação de Consórcio**

**4.3.1.** Considerando a natureza e as especificidades dos serviços a serem executados, não poderão participar da Concorrência empresas reunidas em consórcio. Tal decisão se justifica pela necessidade de uma execução integrada e contínua das campanhas publicitárias, o que requer um alto grau de coordenação e responsabilidade por parte do contratado. A formação de consórcios, com a participação de mais de uma agência, poderia resultar em dificuldades de gestão e comprometer a fluidez da comunicação e a uniformidade das estratégias de marketing, prejudicando a qualidade do serviço prestado. Além disso, a complexidade e os requisitos técnicos específicos para a execução do contrato exigem que a contratada seja uma única entidade, capaz de garantir a plena execução das atividades de forma eficiente e em conformidade com os prazos e metas estabelecidas.

#### **44 Não poderão participar dessa concorrência:**

**4.4.1.** Não poderão participar da Concorrências as pessoas jurídicas constituídas sob a forma de cooperativa, visto que os serviços objeto da licitação possuem características específicas que tornam inadequada a participação desse tipo de sociedade. A continuidade e a complexidade técnica dos serviços de publicidade a serem executados para a Prefeitura são incompatíveis com a autonomia dos cooperados. O modelo cooperativo pode, portanto, comprometer a continuidade, a execução integrada e a qualidade dos serviços prestados.

**4.4.2.** Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Prefeitura;

**4.4.3.** Cujas falência tenha sido decretada ou que estiverem concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

**4.4.4.** Que tenha sido considerada inidônea pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;

**4.4.5.** Estrangeira que não funcione no País;

**4.4.6.** Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Prefeitura.

**4.4.7.** Que atuem sem fins lucrativos.

## **45 Sustentabilidade**

**4.5.1.** Além dos critérios de sustentabilidade eventualmente inseridos na descrição do objeto, devem ser atendidos os seguintes requisitos, que se baseiam no Guia Nacional de Contratações Sustentáveis:

**4.5.2.** Os bens ofertados deverão, sempre que tecnicamente viável, adotar critérios de sustentabilidade priorizando, menor impacto ambiental e que atendam a normas ambientais aplicáveis.

## **46 Garantia**

**4.6.1.** Não haverá exigência da garantia da contratação dos art. 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021.

## **47. HABILITAÇÃO (INVÓLUCRO Nº 05)**

### **4.7.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA**

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

**4.7.1.1.1.** A inscrição no cadastro de contribuintes estadual e ou municipal, se houver, relativo a domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

**4.7.1.2.** Comprovação da inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;

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

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

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

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

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

### **4.7.2. HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA**

**4.7.2.1.** Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários

federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional;

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

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

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

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

**4.7.2.6.** Declaração do cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º. da Constituição Federal.

**4.7.2.7.** Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa e serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

**4.7.2.8.** 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.

**4.7.2.9.** Para análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União – CGU, ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça – CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão 1793/2011, do Plenário do Tribunal de Contas da União – TCU e no artigo 91, parágrafo 4º. Da lei 14.133/2021.

### **4.7.3. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**

**4.7.3.1.** Declaração(ões), atestado(os) ou certidão(ões) expedida (s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante produtos e serviços compatíveis com o objeto desta concorrência, que deverão ser apresentados em papel timbrado assinados, com cargo e identificação dos representantes dos respectivos declarantes.

**4.7.3.2.** Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no artigo 4º, §1º da Lei nº 12.232/2010.

**4.7.3.3.** A exigência de qualificação técnica encontra fundamento no art. 67 da Lei Federal nº 14.133/2021, que autoriza a Administração Pública a exigir dos licitantes a comprovação de aptidão para o desempenho de atividades compatíveis com o objeto da contratação. A medida tem por finalidade assegurar que a futura contratada possua experiência e capacidade técnico-operacional suficientes para executar os serviços com qualidade, eficiência e segurança, reduzindo os riscos de inexecução contratual e resguardando o interesse público. Ressalta-se, ainda, que as exigências estabelecidas foram definidas em observância aos princípios da proporcionalidade, da razoabilidade, da isonomia e da ampla competitividade, limitando-se ao estritamente necessário para demonstrar a capacidade técnica compatível com a complexidade do objeto.

#### **4.7.4. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA**

**4.7.4.1.** Certidão negativa de falência, expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor;

**4.7.4.2.** Balanço patrimonial dos dois últimos exercícios sociais, observada a exceção disposto no artigo 69, §6º da Lei nº 14.133/21, 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, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de três meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

**4.7.4.3.** O balanço patrimonial deverá estar 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;

**4.7.4.4.** Se necessária a atualização do balanço e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da empresa e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

**4.7.4.5.** O Balanço patrimonial deverá estar registrado 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 no Sistema público de Escrituração Digital – SPED.

**4.7.4.6.** As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano deverão apresentar balanço conforme discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do responsável por sua contabilidade, 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:

**4.7.4.7.** balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

**4.7.4.8.** balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

**4.7.4.9.** A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

**4.7.4.9.1.** do balanço referido no subitem 4.7.4.2, 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 iguais ou maiores que um 01:

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

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

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

**4.7.4.9.2.** O índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

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

**4.7.4.10.** Os índices de que tratam as alíneas do item 4.7.4.9.2. 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.

**4.7.4.11.** A licitante que apresentar resultado menor que 1 (um) no cálculo de quaisquer dos índices, deverá comprovar que possui capital social ou patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor da verba estimada para a licitação.

**4.7.4.12.** O contrato será gerido e fiscalizado por fiscal/gestor e/ou por uma comissão de acompanhamento composta por membros da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Anápolis, que avaliará o desempenho da agência contratada, mediante reuniões periódicas, análise de relatórios mensais de atividades e controle de entregas conforme cronograma de trabalho definido. Quaisquer desvios ou problemas na execução do objeto contratual serão registrados e reportados para correção imediata.

**4.7.4.13.** A exigência de qualificação econômico-financeira é imprescindível para garantir que a empresa tenha recursos suficientes para arcar com as obrigações do contrato sem comprometer a execução dos serviços ou fornecimentos contratados. O cumprimento dos requisitos financeiros assegura que a contratada será capaz de manter a operação de forma estável e com segurança, minimizando o risco de falhas financeiras que possam afetar a entrega do objeto contratado.

## **5. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

**51** São obrigações da Contratante:

**5.1.1.** A Contratante designará e definirá as atribuições de Fiscal e/ou Gestor responsável pela coordenação e a fiscalização dos serviços contratados, e estabelecerá os procedimentos da fiscalização.

**5.1.2.** A Contratante comunicará por escrito à agência contratada, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.

**5.1.3.** A Contratante fornecerá e colocará à disposição da agência contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

**5.1.4.** A contratante proporcionará condições para a boa execução dos serviços.

**5.1.5.** A contratante notificará, formal e tempestivamente, a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato.

**5.1.6.** A contratante notificará a Contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade, abrindo prazo para defesa prévia.

**5.1.7.** A contratante cumprirá todos os compromissos financeiros assumidos com a contratada.

## **6. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:**

**61** São obrigações da contratada:

**6.1.1.** A Contratada deverá respeitar as normas e princípios ambientais, minimizando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos, adotando, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, na forma do disposto no artigo 144 da lei 14.133/21.

**6.1.2.** A Contratada não poderá ceder ou transferir no todo ou em parte o contrato, ficando vedado qualquer forma de subcontratação total ou de cessão contratual.

**6.1.3.** A Contratada manterá todas as condições nas quais o contrato foi assinado durante o

seu período de execução.

**6.1.4.** A contratada deverá apresentar todos os documentos de regularidade fiscal quanto aos débitos trabalhistas, tributários, FGTS, INSS e Receita Federal.

**6.1.5.** A Contrata, realizará, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante contratação de terceiros na forma estabelecida pela lei 12.232/2010, de acordo com as especificações estipuladas pela contratante.

**6.1.6.** A Contratada negociará sempre as melhores condições de preço no tocante aos direitos patrimoniais de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos e aos direitos patrimoniais de uso sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias pela Contratante.

**6.1.7.** A Contratada fará cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, nos termos do artigo 14 da Lei 12.232/2010, observadas as disposições:

**6.1.8.** Devem ser apresentadas, no mínimo, 3 (três) propostas, das quais constarão todos os produtos ou serviços que a compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários.

**6.1.9.** As propostas devem ser apresentadas no original impressas, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor.

**6.1.10.** Os fornecedores externos deverão estar credenciados junto à contratante.

**6.1.11.** Se não houver possibilidade de obter três propostas, a agência deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

**6.1.12.** A Prefeitura, como contratante, poderá proceder à verificação da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado.

**6.1.13.** Obter aprovação prévia da contratante, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com o contrato.

**6.1.14.** A contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para realizar os serviços objeto do contrato.

**6.1.15.** A contratada providenciará, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Contratante, de um ou mais serviços, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da agência contratada pelos serviços realizados até a data dessa ocorrência, desde que não tenham sido causadas pela própria contratada ou por terceiros contratados.

**6.1.16.** A contratada só divulgará informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolva o nome do município contratante, mediante sua prévia e expressa autorização.

**6.1.17.** A Contratada prestará esclarecimentos ao Município sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

**6.1.18.** A contratada não utilizará o presente contrato como caução ou garantia de qualquer operação financeiras.

**6.1.19.** A contratada cumprirá toda a legislação federal, estadual e municipal pertinente e responsabilizar-se-á por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

**6.1.20.** A contratada cumprirá a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.

**6.1.21.** A contratada assumirá, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho.

**6.1.22.** A contratada responsabilizar-se-á pelo ônus resultantes de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se-á por quaisquer responsabilidades

decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato.

**6.1.23.** A contratada, em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, 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 a contratante das importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

**6.1.24.** Constituem-se responsabilidade da contratada quanto a direitos autorais;

**6.1.25.** Ceder à contratante, total e definitivamente, os direitos patrimoniais do uso das ideias, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após o término da vigência do contrato.

**6.1.26.** Condicionar, nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, a contratação de serviços com terceiros, pelo período indicado pela contratante e utilizar os trabalhos protegidos pelos direitos autorais ou conexos, dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

**6.1.27.** Quando exigido pela contratada, obter dois orçamentos para execução dos serviços pelos fornecedores externos, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão definitiva desses direitos, quando possível, para que a contratante escolha uma das opções.

**6.1.28.** Fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos.

**6.1.29.** Reconhecer que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão de direitos patrimoniais por ela realizados à contratante, será sempre considerada como já incluída no custo da criação.

## **7. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO**

**71** Os serviços objeto da contratação serão executados e entregues, mediante demanda, na forma de execução indireta, por preço unitário.

**72** A cada ação publicitária a ser realizada, a Contratante encaminhará previamente um briefing específico com as informações para análise e elaboração do plano de execução pela Contratada.

**73** A execução do contrato será realizada em etapas sequenciais, assim distribuídas:

**7.3.1.** Planejamento estratégico pela agência, que realizará levantamento das necessidades da contratante, analisará o público-alvo e definirá as estratégias de comunicação. Apresentará relatório contendo as diretrizes para as ações publicitárias;

**7.3.2.** Criação das peças publicitárias;

**7.3.3.** Apresentadas as peças pela contratada, a contratante deverá aprová-la ou solicitar ajustes em prazo médio de cinco dias úteis, sempre por escrito.

**7.3.4.** Execução das campanhas publicitárias através dos meios definidos, conforme planejamento de mídia aprovado pela contratante.

**7.3.5.** Acompanhamento da campanha pela contratada, que apresentará relatórios à contratante sobre a divulgação da campanha.

**7.3.6.** Encerramento da campanha, com relatório final contendo a análise dos resultados alcançados e o desempenho das ações publicitárias. Poderá a contratada recomendar a realização de pesquisas sobre o resultado da campanha.

**7.3.7.** Contratante e Contratada procurarão realizar reuniões periódicas para acompanhar a

execução dos trabalhos e alinhamento de estratégias. Essas reuniões poderão ser presenciais ou de forma digital.

**7.3.8.** O prazo total para a execução do contrato será der 12 meses, podendo ser prorrogado mediante justificativa e acordo entre as partes, no limite decenal estabelecida pela Lei 14.133/2021.

## **74 CONDIÇÕES DE ENTREGA**

**7.4.1.** O prazo de entrega dos serviços é de 05 dias, contados da emissão e envio da Ordem de Serviço/Compra.

**7.4.2.** Os itens deverão ser entregues em locais a serem definidos pela Secretaria Municipal de Comunicação e Eventos.

**7.4.3.** Caso não seja possível a entrega na data assinalada, a empresa deverá comunicar as razões respectivas com pelo menos 03 dias úteis de antecedência para que qualquer pleito de prorrogação de prazo seja analisado, ressalvadas situações de caso fortuito e força maior.

## **75 REGIME DE EXECUÇÃO**

**7.5.1.** O Regime de Execução dos serviços objeto desta contratação, diferentemente das obras e serviços de engenharia, não se aplica a métrica de “empreitada global” ou “empreitada por preço unitário”. O contrato de publicidade é regido por planos de comunicação e execução de campanhas, com remuneração vinculada ao BV (bônus de veiculação) e às regras de mercado publicitário, não por medições físicas ou quantitativas típicas de empreitada. Em razão da impossibilidade de se prever com exatidão os aspectos quantitativos do objeto a ser executado. Sendo assim, o valor do contrato estabelecido neste Termo de Referência é meramente estimativo, devendo ser executado à medida da necessidade da Administração, em conformidade com a Lei 12.232/2010.

## **76 GESTÃO DE CONTRATO**

**7.6.1.** A gestão do contrato será realizada através do gestor do contrato, designado pela contratante, garantindo o acompanhamento e fiscalização da execução do objeto contratual, abrangendo todas as etapas da execução, inclusive o de verificar o cumprimento das metas e cronogramas acordados.

**7.6.2.** O gestor do contrato também terá a função de validar as entregas da Contratada e de emitir pareceres técnicos a respeito da execução das atividades, com base nos relatórios e nas avaliações dos resultados das campanhas publicitárias e solicitar correção de eventuais falhas ou não conformidades identificadas durante a execução do contrato.

**7.6.3.** O não atendimento das exigências contratuais pela contratada, implicará na possibilidade de o gestor adotar as medidas cabíveis, inclusive aplicação de penalidades, na forma previsto no contrato e na lei 14.133/21.

**7.6.4.** Caberá ao fiscal do contrato verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados com a intermediação da Contratada.

**7.6.5.** A fiscalização pela contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da Contratada, pela perfeita execução dos serviços.

## **8. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO.**

**8.1.** A medição da execução dos serviços será realizada com base nas entregas de campanhas publicitárias, sejam elas de mídia eletrônica, digital, impressas ou outros formatos acordados.

**82.** O cumprimento dos prazos será monitorado de acordo com o cronograma estabelecido no contrato. Caso haja atrasos ou descumprimentos, deverá ser realizada análise para adotar medidas corretivas necessárias, se for o caso.

**83.** O pagamento da remuneração da contratada não está condicionado aos resultados obtidos com as campanhas, pois dependem de outros fatores, tais como contexto fático nacional, regional e local, convicções ideológicas do público de interesse, postura de servidores públicos no atendimento ao público, condições econômicas, entre outros, os quais podem interferir no grau de atingimento dos objetivos de uma campanha, independentemente, da qualidade técnica da ação de publicidade e dos serviços prestados.

## **84 RECEBIMENTO**

**8.4.1.** Compete ao fornecedor a função da entrega, correndo por sua conta o risco da operação, inclusive os fretes, embalagens, carga e descarga.

**8.4.2.** Os bens serão recebidos provisoriamente, de forma sumária, no ato da entrega, juntamente com a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes no Termo de Referência e na proposta.

**8.4.3.** Os bens poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, inclusive antes do recebimento provisório, quando em desacordo com as especificações constantes no Termo de Referência e na proposta, devendo ser substituídos no prazo de 05 (cinco) dias, a contar da notificação da contratada, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

**8.4.4.** O recebimento definitivo ocorrerá no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente pela Administração, após a verificação da qualidade e quantidade do material e consequente aceitação mediante termo detalhado.

**8.4.5.** Para as contratações decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 2021, o prazo máximo para o recebimento definitivo será de até 05 (cinco) dias úteis.

**8.4.6.** O prazo para recebimento definitivo poderá ser excepcionalmente prorrogado, de forma justificada, por igual período, quando houver necessidade de diligências para a aferição do atendimento das exigências contratuais.

**8.4.7.** No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021, comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal quanto à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

**8.4.8.** O prazo para a solução, pelo Contratado, de inconsistências na execução do objeto ou de saneamento da nota fiscal ou de instrumento de cobrança equivalente, verificadas pela Administração durante a análise prévia à liquidação de despesa, não será computado para os fins do recebimento definitivo.

**8.4.9.** O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança dos bens nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

**8.4.10.** As atividades de montagem, instalação e quaisquer outras necessárias para o funcionamento ou uso do bem correrão por conta do Contratado e são condição para o recebimento do objeto.

## **85 LIQUIDAÇÃO**

**8.5.1.** Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de dez dias úteis para fins de liquidação, conforme artigo 66 do Decreto Municipal nº 49.980/2023.

**8.5.2.** Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal ou instrumento

de cobrança equivalente apresentado expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

**8.5.2.1.** o prazo de validade;

**8.5.2.2.** a data da emissão;

**8.5.2.3.** os dados do contrato e do órgão contratante;

**8.5.2.4.** o período respectivo de execução do contrato;

**8.5.2.5.** o valor a pagar; e

**8.5.2.6.** eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

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

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

**8.5.5.** A Administração deverá realizar consulta ao SICAF para:

**8.5.5.1.** verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas;

**8.5.5.2.** identificar possível razão que impeça a participação em licitação/contratação no âmbito do órgão ou entidade, tais como a proibição de contratar com a Administração ou com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas.

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

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

**8.5.8.** Persistindo a irregularidade, o Contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada ao Contratado a ampla defesa.

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

## **86. PRAZO DE PAGAMENTO**

**8.6.1.** O pagamento será efetuado no prazo de até 20 (vinte) dias úteis contados da finalização da liquidação da despesa, conforme artigo 66 do Decreto Municipal nº 49.980/2023.

**8.6.2.** No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos ao Contratado serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento até a data de sua efetiva realização, mediante aplicação do índice IPCA de correção monetária.

## **87. FORMA DE PAGAMENTO**

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

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

para pagamento.

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

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

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

## **88 REAJUSTE**

**8.8.1.** Os preços inicialmente contratados são fixos e irreajustáveis no prazo de um ano contado da data do orçamento estimado, conforme artigo 76 do Decreto Municipal nº 48.980/2023.

**8.8.2.** O reajuste acontecerá através da aplicação do índice IPCA/IBGE.

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

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

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

## **9. SELEÇÃO DO FORNECEDOR**

**91** Em relação à seleção de fornecedores externos de serviços especiais, deverão ser aplicadas as disposições do artigo 14 e parágrafo 1º. da Lei 12.232/2010, com a obtenção, pela contratada, de no mínimo três orçamentos de empresas previamente cadastradas na Contratante, de igual nível técnico, cabendo à Contratante a escolha do fornecedor a ser contratado.

**92** Em relação à contratação das agências de publicidade, deve haver estrita observância do art. 5º. da Lei 12.232/2010, sendo que a modalidade de licitação a ser adotada será a da Concorrência cujo critério de julgamento será o de técnica e preço, na proporção de 70% (setenta por cento) de valoração da proposta técnica.

**93** Os serviços de publicidade compreendem ações estratégicas, originais e criativas, exigindo alta qualidade técnica para que as campanhas publicitárias tenham êxito em seus objetivos, o que justifica a valoração da proposta técnica no percentual de 70% (setenta por cento), como permite o artigo 36, parágrafo 2º. da lei 14.133/2021.

**94** A proposta de preço com percentual de valoração em 30% (trinta por cento), por sua vez, ao ser considerada na média ponderada com a proposta técnica, assegurará a economicidade para a contratante, sem prejuízo da contratação da agência que demonstre ter a melhor capacidade para executar os serviços do ponto de vista da qualidade.

**95** A avaliação da proposta técnica será baseada em critérios claros e objetivos que avaliem a qualificação técnica da licitante, sua experiência em campanhas publicitárias semelhantes e à proposta de preço apresentada, garantindo a escolha da proposta mais vantajosa para a Administração Pública.

**96** A licitação será processada e julgada por Comissão de Contratação, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

**97.** As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por,

pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação, observando-se as regras do art. 10, §1º da Lei nº 12.232/2010.

**98.** As Propostas Técnicas (compostas de Plano de Comunicação Publicitária e do conjunto de informações sobre as licitantes – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação) e de Preço, serão apresentadas pelas licitantes numa primeira sessão. Posteriormente e somente pelas licitantes classificadas nessa primeira fase, as licitantes deverão apresentar os documentos de Habilitação, na forma da lei nº 12.232/2010.

**99.** O Plano de Comunicação Publicitária será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação, conforme art. 6º, IV da Lei nº 12.232/2010.

**100.** A proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

**101.** O julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;

**102.** A proposta de preços e os documentos de habilitação serão julgados pela Comissão Permanente ou Especial de Contratação, bem como julgará ela os recursos interpostos na primeira fase.

**103.** A comissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

**104.** Serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo “melhor técnica”;

**105.** Para remuneração da agência são adotadas as disposições do art. 11 da Lei nº 4.680/65, art. 11 do Decreto nº 57.690/66, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária que estabelecem os preços de mercado, incorporadas ao sistema legal por força do Decreto nº 4.563/2002.

**106.** As licitantes deverão apresentar sua proposta de preços mediante a concessão de desconto sobre a Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás e redução de honorários incidente sobre os custos de produção de serviços externos desenvolvidos sobre a criação da agência, sobre pesquisas e sobre formas inovadoras de comunicação em consonância com novas tecnologias.

**107.** Os honorários da agência, sobre produção externa, são fixados no máximo em 15%, conforme itens 3.6 e 3.6.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

**108.** Os percentuais de redução dos custos internos e dos honorários sobre produção externa devem ser propostos de forma a não tornar o contrato inexecutável.

## **10. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

**101.** No horário preestabelecido no edital, a Comissão receberá os invólucros devidamente lacrados dos licitantes presentes. Serão realizadas 04 (quatro) sessões públicas, para os procedimentos referente a abertura dos invólucros de propostas e documentação, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

**102.** A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no Edital.

**103.** Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de

Habilitação nas sessões públicas.

**104** A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão no interesse do ANUNCIANTE, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

**105** Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

**106** Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

**107** O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

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

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

**1010** A Comissão de Contratação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

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

- a) nas sessões de recebimento e abertura dos invólucros;
- b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

**1011** Todas as sessões serão gravadas em áudio e vídeo, cujo material fará parte do presente processo licitatório, devendo a Comissão de Contratação tomar o cuidado necessário para manter o sigilo de autoria da proposta técnica - via não identificada - até a abertura do invólucro nº 02.

## **PRIMEIRA SESSÃO:**

**1012** A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no edital;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

**10.12.1.** O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão de Contratação se:

- a) não estiver identificado;
- b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

**10.12.1.1.** Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 10.12.1, a Comissão de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

**10.12.2.** A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do Edital.

**10.12.2.1.** A Comissão de Contratação antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 10.12.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

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

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

**10.12.3.** A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 10.12.2.

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

**10.12.5.** Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto neste Termo de Referência.

**10.12.5.1.** Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Contratação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do edital, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos.

**10.12.6.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

- a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada);
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) Somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos

de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

**10.12.7.** Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 11.9.6.14 este Termo de Referência, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

**10.12.8.** O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

**10.12.9.** As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 10.12.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

## **SEGUNDA SESSÃO:**

**1013** Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as licitantes na forma do Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir os Invólucros nº 2;
- c) Cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) Proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) Executar o sorteio previsto no caso de empate da proposta técnica, quando for o caso;
- g) Informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma estabelecida no edital, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

**1014** Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir da solicitação da Comissão de Contratação.

## **TERCEIRA SESSÃO:**

**1015** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº4;
- d) Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências no Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) Identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) Apurar a nota final das licitantes utilizando a fórmula prevista no edital para cálculo das vencedoras do certame;
  - f.1) verificar se as 02 (duas) Agências mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica e de Preços possuem o mesmo preço e, caso alguma destas não tenham apresentado a proposta de menor preço dentre as 02 (duas) licitantes vencedoras, efetuar com estas a negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 nos termos da Proposta de menor preço apresentando por uma das vencedoras, com vistas a uniformização do preço;
  - f.2) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas e de Preços, até a consecução de acordo para a contratação prevista no presente certame;
  - f.3) a ausência do licitante na terceira sessão implica na sua renúncia ao eventual direito de negociar sua proposta de preços, caso seja convocado para tal.
- g) Declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços as 02 (dois) licitantes que tenham obtido a maior NOTA FINAL na apuração da média ponderada entre a Técnica e o Preço e que tenham negociado o preço nos termos da alínea “f.1”;
- h) Informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no prazo legal.

#### **QUARTA SESSÃO:**

**1016** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, na forma do Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) Analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas no Edital e na legislação em vigor;
- d) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº5;
- e) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do Edital, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no artigo 165, da Lei 14.133/2021;
- f) informar que será publicado, na forma do Edital, o nome das licitantes vencedoras desta

concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

**Invólucro nº 01** – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada;  
**Invólucro nº 02** - Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;  
**Invólucro nº 03** - Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;  
**Invólucro nº 04** – Proposta de Preços;  
**Invólucro nº 05** - Documentos de Habilitação

## 11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

| QUESITOS                                               | SUBQUESITOS                            |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| <b>Plano de Comunicação Publicitária</b>               | Raciocínio Básico                      |
|                                                        | Estratégia de Comunicação Publicitária |
|                                                        | Ideia Criativa                         |
|                                                        | Estratégia de Mídia e não mídia        |
| <b>Capacidade de Atendimento</b>                       |                                        |
| <b>Repertório</b>                                      |                                        |
| <b>Relatos de Soluções de problemas de comunicação</b> |                                        |

**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 Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Invólucro nº 01)

**11.3.1.** O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado de acordo com a seguinte formatação:

**11.3.2.** Em papel tipo sulfite, A4 – com até 90 g/m2 branco;

**11.3.3.** Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m2;

**11.3.4.** Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

**11.3.5.** Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

**11.3.6.** Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.

**11.3.7.** Alinhamento justificado do texto.

**11.3.8.** Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);

**11.3.9.** Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito.

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

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

**11.3.12.** O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Apêndice Briefing, que fará parte do edital licitatório, observadas as seguintes disposições:

**11.3.12.1.** Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Anápolis para enfrentar os desafios ou os problemas gerais e ou específicos, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados;

**11.3.12.2.** Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

**11.3.12.2.1.** Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

**11.3.12.2.2.** Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

**11.3.12.3.** Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

**11.3.12.3.1.** apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e ou material. Essa relação deverá relacionar as peças ou material em dois blocos: o primeiro, com as peças corporificadas, com o limite de 10 (dez) peças e o segundo, com as peças não corporificadas, sem limite do número de peças.

**11.3.12.3.2.** da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

**11.3.12.4.** Estratégia de Mídia e Não Mídia: constituída de:

**11.3.12.4.1.** apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

**11.3.12.4.2.** simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de **R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais)**.

**11.3.12.5.** Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- 11.3.12.5.1.** o período de distribuição das peças e ou material;
- 11.3.12.5.2.** as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- 11.3.12.5.3.** os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- 11.3.12.5.4.** os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- 11.3.12.5.5.** as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- 11.3.12.5.6.** os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- 11.3.12.5.7.** os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

**11.3.12.6.** Nessa simulação:

- 11.3.12.6.1.** Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- 11.3.12.6.2.** deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65;
- 11.3.12.6.3.** devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- 11.3.12.6.4.** para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).
- 11.3.12.6.5.** Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, Linkedin e Youtube, entre outras, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

**11.3.12.7.** Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas, os quais não precisam seguir a formatação de fonte, tamanho e cores definida para o Plano de Comunicação Publicitária.

**11.3.12.8.** Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão de Contratação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente no seguinte endereço:

**11.3.12.9.** Endereço: Av. Profa. Zenaide de Calle Roriz, 1350 - Jundiá, Anápolis - GO, CEP: 75110-030, Centro de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia de Anápolis – CEITEC, primeiro andar, Diretoria de Compras e Licitações.

**11.3.12.10.** Horário de funcionamento: 08h00min às 12h00min e 14h00hmin às 18h00min.

#### **114 Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada (Invólucro nº 02)**

**11.4.1.** O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

**11.4.1.1.** ter a identificação da licitante;

**11.4.1.2.** ser datado;

**11.4.1.3.** 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.

#### **115 Capacidade de Atendimento (Invólucro nº 03)**

**11.5.1.** A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**11.5.2.** Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

**11.5.4.** A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

**11.5.4.1.** relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles.

**11.5.4.2.** a quantificação e a qualificação sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

**11.5.4.3.** As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

**11.5.4.4.** a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

**11.5.4.5.** a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

#### **116 Repertório (Invólucro nº 03)**

**11.6.1.** A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da

primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**11.6.2.** Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

**11.6.3.** Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

**11.6.4.** O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

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

**11.6.6.** As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2021.

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

**11.6.8.** Para cada peça e ou material, 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 e ou distribuição e, no caso de veiculação, a menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

**11.6.9.** As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Município de Anápolis.

## **117. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (Invólucro nº 03)**

**11.7.1.** A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**11.7.2.** Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

**11.7.3.** A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. O Relato:

**11.7.3.1.** será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

**11.7.3.2.** deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

**11.7.3.3.** não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo Município de Anápolis;

**11.7.3.4.** deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

**11.7.4.** A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

**11.7.5.** Os relatos de soluções de que tratam o subitem 11.7.3. devem ter sido implementados a partir de 01.01.2021.

**11.7.6.** É permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

**11.7.6.1.** as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou PEN DRIVE, podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;

**11.7.6.2.** as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no Edital, em papel A4 ou A3 dobrado ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

**11.7.6.3.** para cada peça e ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram resolver.

**11.7.7.** Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no Edital.

## **118 JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

**11.8.1.** A Subcomissão Técnica prevista neste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

## **119 Plano de Comunicação Publicitária**

### **11.9.1. RACIOCÍNIO BÁSICO** – a acuidade de compreensão:

**11.9.1.1.** das funções e do papel do Município de Anápolis nos contextos social, político e econômico;

**11.9.1.2.** da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Anápolis com seus públicos;

**11.9.1.3.** das características do Município de Anápolis e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

**11.9.1.4.** sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;

**11.9.1.5.** dos desafios ou dos problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados pelo Município de Anápolis;

**11.9.1.6.** das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esses desafios ou problemas.

### **11.9.2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

**11.9.2.1.** a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município de Anápolis e a seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação;

**11.9.2.2.** a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

**11.9.2.3.** a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Anápolis com seus públicos;

**11.9.2.4.** a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, geral e ou específico, de comunicação do Município de Anápolis;

**11.9.2.5.** a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

**11.9.2.6.** a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Município de Anápolis o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

### **11.9.3. IDEIA CRIATIVA**

- 11.9.3.1.** sua adequação aos desafios ou problemas geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura do Município de Anápolis;
- 11.9.3.2.** sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- 11.9.3.3.** sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- 11.9.3.4.** a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- 11.9.3.5.** a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- 11.9.3.6.** a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- 11.9.3.7.** sua pertinência às atividades da Prefeitura do Município de Anápolis e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- 11.9.3.8.** os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- 11.9.3.9.** a exequibilidade das peças e ou do material
- 11.9.3.10.** a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

### **11.9.4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA**

- 11.9.4.1.** o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- 11.9.4.2.** a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- 11.9.4.3.** a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- 11.9.4.4.** a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura de Anápolis;
- 11.9.4.5.** a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- 11.9.4.6.** a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

### **11.9.5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

- 11.9.5.1.** o porte e a tradição dos clientes atuais das licitantes e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- 11.9.5.2.** a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- 11.9.5.3.** a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura de Anápolis;
- 11.9.5.4.** a adequação das instalações da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- 11.9.5.5.** a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de Anápolis e a licitante, esquematizado na proposta;
- 11.9.5.6.** a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da prefeitura do Município de Anápolis, sem ônus adicional durante a vigência do contrato.

### **11.9.6. REPERTÓRIO**

- 11.9.6.1.** a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propõe a resolver;
- 11.9.6.2.** a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- 11.9.6.3.** a clareza da exposição das informações prestadas;
- 11.9.6.4.** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- 11.9.6.5.** a evidência de planejamento publicitário;
- 11.9.6.6.** a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- 11.9.6.7.** a relevância dos resultados apresentados;
- 11.9.6.8.** a concatenação lógica da exposição.
- 11.9.6.9.** A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.
- 11.9.6.10.** Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

| <b>QUESITOS/SUBQUESITOS</b>                            | <b>PONTOS</b> |
|--------------------------------------------------------|---------------|
| <b>Plano de Comunicação Publicitária, sendo:</b>       | <b>65</b>     |
| Raciocínio Básico                                      | 10 pontos     |
| Estratégia de Comunicação Publicitária                 | 20 pontos     |
| Ideia Criativa                                         | 20 pontos     |
| Estratégia de Mídia e Não Mídia                        | 15 pontos     |
| <b>Capacidade de Atendimento</b>                       | <b>15</b>     |
| <b>Repertório</b>                                      | <b>10</b>     |
| <b>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b> | <b>10</b>     |
| <b>Pontuação máxima total</b>                          | <b>100</b>    |

- 11.9.6.11.** A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.
- 11.9.6.12.** A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.
- 11.9.6.13.** Será considerada mais bem classificada na fase de julgamento da Proposta Técnica a licitante que obtiver a maior nota.
- 11.9.6.14.** Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:
- a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a 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.
- 11.9.6.15.** Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência.

## **12. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS (INVÓLUCRO Nº 04)**

**121** As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

**123** Os quesitos a serem valorados são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constituirá um dos anexos do edital, ressalvado que, nos termos do artigo 59, inciso III da Lei 14.133/21 **não será aceito:**

- a) **desconto inferior a 10% (dez por cento) ou superior a 50% (cinquenta por cento)**

em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes;

b) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) ou inferior a 8% (oito por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, bem como incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) ou inferior a 8% (oito por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.

d) **Percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento) ou inferior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

**12.3.1.1.** Será considerada a **Proposta de menor preço** a que obtiver a maior soma no resultado final, após apuração conforme tabela abaixo:

| <b>Desconto/Honorários</b>                                                                                                                                                                                                                                      | <b>Pontos (P)</b>                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 12.3                                                                                                                                                                     | $P1 = 0,1 \times \text{Desconto}$             |
| Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 12.3                                                                                                                                                         | $P2 = 2,0 \times (15,0 - \text{Honorários})$  |
| Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 12.3                                                                                                                                                         | $P3 = 2,0 \times (15,0 - \text{Honorários})$  |
| Percentual de remuneração incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 12.3                                                                                                                                                        | $P4 = 2,0 \times (20,0 - \text{Remuneração})$ |
| Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos descontos, honorários e remuneração serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%” |                                               |

**124** A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 12.3 como segue:  $P = P1+P2+P3+P4$ .

**125** A proposta de preços que obtiver a maior nota será considerada a de menor preço.

**126** Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

**12.6.1.** o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'b' do subitem 12.3.

**12.6.2.** o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'c' do subitem 12.3.

**12.6.3.** o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'd' do subitem 12.3.

**12.6.4.** o maior percentual de desconto mencionado na alínea 'a' do subitem 12.3.

**12.6.5.** Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação considerará o preço por extenso.

**127.** O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

**12.7.1.** Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 12.7 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação realizará com ela diligência nos termos do §2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

**12.7.2.** A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

### **13. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS**

**131.** O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo Técnica e Preço.

**13.1.1.** O cálculo da "Nota Final" (NF) dos proponentes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das Propostas Técnicas e de Preços, apuradas pela utilização da seguinte fórmula:

$$NF = (0,7 \times NT) + (0,3 \times NP)$$
 Onde:

NF é a Nota Final da licitante;

0,7 é a ponderação da Nota Técnica;

NT é a Nota Técnica da licitante;

0,3 é a ponderação da Nota Preço;

NP é a Nota Preço da licitante.

**13.1.2.** A Nota Final terá apenas 02 (duas) casas decimais obtidas da aplicação da operação aritmética acima, não se admitindo arredondamento.

**13.1.3.** A classificação dos proponentes far-se-á em ordem decrescente dos valores das Notas Finais, sendo declaradas vencedoras as 02 (duas) licitantes que atingirem a maior Nota Final e que restarem habilitadas.

**13.1.4.** Ocorrendo empate na Nota Final (média ponderada entre Proposta Técnica e Proposta de Preço), aplicar-se-ão, sucessivamente, os critérios de desempate previstos no art. 60 da Lei Federal nº 14.133/2021, nesta ordem:

I. Disputa final, hipótese em que as licitantes empatadas poderão apresentar nova proposta de preços em ato contínuo à classificação;

II. Avaliação do desempenho contratual prévio das licitantes, mediante registros cadastrais ou informações oficiais disponíveis;

III. Desenvolvimento de ações de equidade entre homens e mulheres no ambiente de trabalho;

IV. Existência de programa de integridade implementado pela licitante;

V. Preferências legais e regulamentares, observada a seguinte ordem:

a) empresas localizadas no Município de Anápolis;

b) empresas brasileiras;

c) empresas que invistam em pesquisa e desenvolvimento de tecnologia no País;

d) empresas que comprovem ações de mitigação ambiental, nos termos da Lei Federal nº 12.187/2009;

VI. sorteio eletrônico, realizado em plataforma de webconferência e/ou de forma presencial, em ato público, com registro em ata e possibilidade de acompanhamento pelas licitantes

#### **14. DO VALOR, PRAZO, VIGÊNCIA E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

**141.** Para a prestação dos serviços, serão contratadas 02 (duas) agências de publicidade, doravante denominadas agências licitantes ou contratadas, cujo crédito orçamentário comum para a execução dos serviços correrá por conta das seguintes Dotações Orçamentárias:

| <b>UNIDADE</b>                                                | <b>DOTAÇÃO</b>   |
|---------------------------------------------------------------|------------------|
| 243 - Secretaria Municipal de Comunicação - SECOM             | 04.131.0501.2047 |
| 623 - Fundo Municipal de Saúde - FMS                          | 10.131.0501.2083 |
| 924 - Fundo Gestor da Educação                                | 12.131.0501.2082 |
| 238 - Secretaria Municipal de Assistência e Políticas Sociais | 08.122.0400.2797 |
| 522 - Companhia Municipal de Trânsito e Transportes – CMTT    | 04.122.0400.2022 |
| 1634 – Fundo Municipal de Defesa do Consumidor                | 04.131.0501.2085 |

**142.** O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de publicação do Contrato, podendo ser prorrogado, a critério da administração, segundo as disposições do artigo 107 da Lei 14.133/21 e suas alterações.

#### **15. DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**151.** Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

**152.** As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, conforme estabelece o art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

**153.** Na composição da Subcomissão Técnica pelos menos um (01) dos integrantes não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Contratante.

**154.** A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação, que terá no mínimo 09 (nove) nomes, sendo 06 (seis) nomes de servidores que compõe os quadros da Secretaria Municipal de Comunicação e/ou da Administração Pública, e 03 (três) nomes do mercado, dos quais serão sorteados 02 (dois) integrantes com vínculo com a Administração e 01 (um) sem vínculo com a Administração/Contratante.

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

**15.4.2.** Para composição da relação prevista no item 9.7, a Comissão de Contratação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 6.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

**15.4.3.** A relação dos nomes referidos no 9.7 será publicada pela Comissão de Contratação no Diário Oficial do Município, juntamente com a data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio, a sessão deverá ocorrer em prazo não inferior a 10(dez) dias após a publicação.

**15.4.4.** O sorteio será processado pela Comissão de Contratação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com CONTRATANTE, nos termos dos

itens 9.6 e 9.7.

**15.4.5.** A relação prevista item 9.7 deste Termo de Referência conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o CONTRATANTE.

**15.4.6.** Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o item 9.7, mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão.

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

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

**156.** Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior ao mínimo exigido no item 9.7.

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

**158.** A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no item 9.8 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

## **16. INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**161.** No caso de descumprimento total ou parcial das condições deste Edital e seus anexos, a Prefeitura Municipal de Anápolis, sem prejuízo das perdas e danos e das multas cabíveis, nos termos da lei, aplicará à contratada, conforme o caso, as penalidades previstas nos artigos 155 a 163 da Lei Federal nº 14.133/2021, bem como as disposições contidas no Anexo VII do Decreto Municipal nº 48.980, de 27 de abril de 2023.

**162.** Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas, gradativamente, as seguintes sanções:

**16.2.1.** advertência;

**16.2.2.** multa;

**16.2.3.** impedimento de licitar e contratar;

**16.2.4.** declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

**163.** A sanção de advertência será aplicada nas seguintes hipóteses:

**16.3.1.** descumprimento, de pequena relevância, de obrigação legal ou infração a lei, quando não se justificar aplicação de sanção mais grave; ou

**16.3.2.** inexecução parcial de obrigação contratual principal ou acessória de pequena relevância, a critério da administração, quando não se justificar aplicação de sanção mais grave.

**16.4.** Considera-se pequena relevância o descumprimento de obrigações ou deveres instrumentais ou formais que não impactam objetivamente na execução do contrato e não causem prejuízos à administração.

**16.5.** A sanção de multa será calculada na forma prevista no edital, no contrato ou em outro instrumento obrigacional, e não poderá ser inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) nem superior a 30% (trinta por cento) do valor do contrato licitado ou celebrado, observado o seguinte:

**16.5.1.** a aplicação de multa moratória será precedida de oportunidade para o exercício do contraditório e da ampla defesa; e

**16.5.2.** a aplicação de multa moratória não impedirá que a administração a converta em compensatória e promova a extinção unilateral do contrato cumulada de outras sanções previstas na Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

**16.6.** Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor de pagamento

eventualmente devido pela administração ao contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

**16.7.** A multa poderá, na forma do edital, contrato ou de outro instrumento obrigacional, ser descontada de pagamento eventualmente devido pela contratante decorrente de outros contratos firmados com a administração pública municipal.

**16.8.** O atraso injustificado na execução do contrato sujeitará o contratado à multa de mora, na forma prevista em edital, em contrato ou em outro instrumento obrigacional.

**16.9.** A sanção de multa poderá ser aplicada cumulativamente com as demais sanções aqui previstas.

**16.10.** A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada, quando não se justificar a imposição de outra mais grave, àquele que:

**16.10.1.** der causa à inexecução parcial do contrato, que supere a gravidade daquela prevista no inciso I do art. 155 da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, ou que cause grave dano à administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

**16.10.2.** der causa à inexecução total do contrato;

**16.10.3.** deixar de entregar a documentação exigida para o certame;

**16.10.4.** não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

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

**16.10.6.** ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado.

**16.11.** Considera-se inexecução total do contrato:

**16.11.1.** recusa injustificada de cumprimento integral da obrigação contratualmente determinada; e

**16.11.2.** recusa injustificada do adjudicatário em assinar ata de registro de preços, contrato ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela administração, o que caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida.

**16.12.** Evidenciada a inexecução total, a inexecução parcial ou o retardamento do cumprimento do encargo contratual:

**16.12.1.** será intimado o adjudicatário ou contratado para apresentar a justificativa, no prazo de 2 (dois) dias úteis, para o descumprimento do contrato;

**16.12.2.** a justificativa apresentada pelo licitante ou adjudicatário será analisada pelo agente de contratação, pregoeiro ou comissão de licitação, e a apresentada pela contratada será analisada pelo fiscal do contrato que, fundamentadamente, apresentará manifestação e submeterá à decisão da autoridade competente;

**16.12.3.** rejeitadas as justificativas, o agente público competente submeterá à autoridade máxima do órgão ou entidade para que decida sobre a instauração do processo para a apuração de responsabilidade; e

**16.12.4.** preliminarmente à instauração do processo de que trata o inciso III do § 2º poderá ser concedido prazo máximo de 10 (dez) dias úteis para a adequação da execução contratual ou entrega do objeto.

**16.13.** A sanção de impedimento de licitar e contratar impedirá o sancionado de licitar ou contratar no âmbito da administração pública direta e indireta do Município de Anápolis, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

**16.14.** A sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar será aplicada àquele que:

**16.14.1.** apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

**16.14.2.** fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

**16.14.3.** comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer espécie ou natureza;

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

**16.14.5.** praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei Federal nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

**16.15.** A autoridade máxima, quando do julgamento, se concluir pela existência de infração criminal ou de ato de improbidade administrativa, dará conhecimento ao Ministério Público e, quando couber, à Controladoria-Geral e Auditoria do Município, para atuação no âmbito das respectivas competências.

**16.16.** A sanção de declaração de inidoneidade para licitar, aplicada por qualquer ente da federação, impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da administração pública direta e indireta do Município de Anápolis, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

**16.17.** O cometimento de mais de uma infração em uma mesma licitação ou relação contratual, sujeitará o infrator à sanção cabível para a mais grave entre elas, ou, se iguais, somente a uma delas, sopesando-se, em qualquer caso, as demais infrações como circunstância agravante.

**16.18.** Não se aplica a regra acima prevista se já houver ocorrido o julgamento ou, pelo estágio processual, revelar-se inconveniente a avaliação conjunta dos fatos.

**16.19.** As incidências aqui dispostas não afastam a possibilidade de aplicação da sanção de multa cumulativamente à sanção mais grave.

**16.20.** A cominação das penalidades de multa incidirá conforme as gravidades dos fatos e circunstâncias verificadas, e nos seguintes índices:

**16.20.1.** Multa moratória de 1% (um por cento) ao dia, por dia útil que exceder o prazo de fornecimento do objeto, sobre o valor do saldo não atendido, respeitados os limites da lei civil.

**16.20.2.** Multa administrativa que corresponderá ao valor de até 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, aplicada de acordo com a gravidade da infração e proporcionalmente às parcelas não executadas.

**16.20.3.** Multa de 10% (dez por cento) por inexecução total do ajuste a qual incidirá sobre o valor do contrato.

**16.21.** A autoridade máxima, quando do julgamento, se concluir pela existência de infração criminal ou de ato de improbidade administrativa, dará conhecimento ao Ministério Público e, quando couber, à Controladoria-Geral e Auditoria do Município, para atuação no âmbito das respectivas competências.

**16.22.** A sanção de declaração de inidoneidade para licitar, aplicada por qualquer ente da federação, impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da administração pública direta e indireta do Município de Anápolis, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

**16.23.** O cometimento de mais de uma infração em uma mesma licitação ou relação contratual, sujeitará o infrator à sanção cabível para a mais grave entre elas, ou, se iguais, somente a uma delas, sopesando-se, em qualquer caso, as demais infrações como circunstância agravante.

**16.24.** Não se aplica a regra acima prevista se já houver ocorrido o julgamento ou, pelo estágio processual, revelar-se inconveniente a avaliação conjunta dos fatos.

**16.25.** As incidências aqui dispostas não afastam a possibilidade de aplicação da sanção de multa cumulativamente à sanção mais grave.

**16.26.** A cominação das penalidades de multa incidirá conforme as gravidades dos fatos e circunstâncias verificadas, e nos seguintes índices:

**16.26.1.** Multa moratória de 1% (um por cento) ao dia, por dia útil que exceder o prazo de fornecimento do objeto, sobre o valor do saldo não atendido, respeitados os limites da lei civil.

**16.26.2.** Multa administrativa que corresponderá ao valor de até 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, aplicada de acordo com a gravidade da infração e proporcionalmente às parcelas não executadas.

**16.26.3.** Multa de 10% (dez por cento) por inexecução total do ajuste a qual incidirá sobre o valor do contrato.

**16.27.** Poderá ser aplicada cumulativamente a qualquer outra.

**16.28.** Não tem caráter compensatório e seu pagamento não exime a responsabilidade por perdas e danos das infrações cometidas.

**16.29.** Deverá ser graduada conforme a gravidade da infração.

**16.30.** Nas reincidências específicas, deverá corresponder ao dobro do valor da que tiver sido inicialmente imposta, observando-se sempre o limite de 20% (vinte por cento) do valor do contrato.

**16.31.** As multas moratórias e administrativas poderão ser aplicadas cumulativamente ou individualmente, não impedindo que a Prefeitura Municipal de Anápolis, rescinda unilateralmente o Contrato e aplique as demais sanções legais cabíveis.

**16.32.** A aplicação de multas não elidirá, em face do descumprimento do pactuado, o direito da Prefeitura Municipal de Anápolis, de rescindir de pleno direito o contrato, independente de ação ou interpelação judicial ou extrajudicial, sem prejuízo das demais cominações legais e contratuais cabíveis, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

## 17. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

**17.1** Poderão participar desta Concorrência agências de propaganda que atendam às condições deste Edital e apresentem os documentos nele exigidos.

## 18. DISPOSIÇÕES GERAIS

**18.1** Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação, nomeada por Portaria, surtindo seus efeitos com a publicação no Diário Oficial do Município de Anápolis.

Prefeitura de Anápolis, datado e assinado digitalmente.

KARINA RIBEIRO MARTINS

Diretora de Publicidade

Secretaria Municipal de Comunicação

EDGAR BATISTA DA SILVA JÚNIOR

Secretário Municipal de Comunicação - Interino



Documento assinado eletronicamente por **KARINA RIBEIRO MARTINS, Diretor(a)**, em 30/09/2026, às 15:26, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



Documento assinado eletronicamente por **Edgar Batista Da Silva Junior, Secretario(a)**, em 30/09/2026, às 15:27, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [https://sei.anapolis.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.anapolis.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0) informando o código verificador **2749327** e o código CRC **A088970C**.



## ANEXO II

### BRIEFING

#### “ATRAÇÃO DE NOVOS INVESTIMENTOS PARA ANÁPOLIS”

Assinatura Institucional: Prefeitura de Anápolis — Sempre do seu lado

## 1. INTRODUÇÃO

Anápolis é uma das cidades mais estratégicas da Região Centro-Oeste e um dos municípios mais importantes do estado de Goiás. Localizada entre Goiânia (50 km) e Brasília (140 km), integra o chamado Eixo Goiânia–Anápolis–Brasília, uma das áreas com maior densidade produtiva, logística e demográfica do país.

Com cerca de 420 mil habitantes em 2025, Anápolis é o 3º maior município de Goiás e detém um dos maiores PIBs do Estado, destacando-se pelo dinamismo econômico, capacidade industrial, potencial logístico e solidez administrativa.

## 2. DIFERENCIAIS ESTRATÉGICOS E POTENCIAIS DE ANÁPOLIS:

- DAIA – Distrito Agroindustrial de Anápolis, um dos mais relevantes polos industriais do Brasil;
- O maior polo farmoquímico e farmacêutico da América Latina, com grandes grupos instalados;
- O Porto Seco Centro-Oeste (EADI Anápolis), terminal alfandegado crucial para importação e exportação;
- A Plataforma Multimodal de Goiás;
- Conexão com as principais rodovias e ferrovias do país (BR-060, BR-153, BR-414, Ferrovia Norte–Sul); Além disso, o município possui infraestrutura urbana robusta, rede de serviços públicos estruturada, mão de obra qualificada, setor educacional diversificado como> Instituto Federal Goiano - IFG, Universidade Estadual de Goiás – UEG, Universidade Evangélica de Goiás – UniEvangélica dentre outros, e ainda, forte ambiente para negócios, empreendimentos e inovação.

## 3. INFRAESTRUTURA DE TRANSPORTE E ACESSIBILIDADE AÉREA

O Aeroporto de Anápolis (IATA APS / ICAO SWNS) localiza-se a cerca de 4–6 km do centro da cidade, no Setor Industrial Aeroporto. Desde 2024, o aeroporto passou à administração da Infraero, com perspectiva de transformá-lo em terminal de cargas — o que reforça a vocação logística da cidade.

Atualmente, o aeroporto não opera voos comerciais regulares. Contudo, sua função estratégica permanece com a inclusão no plano de cargas, Anápolis poderá oferecer vantagem logística relevante para empresas que dependem de importação, exportação e distribuição.

## 4. ACESSIBILIDADE POR VIA RODOVIÁRIA / AERONAVES REGIONAIS

A proximidade com os aeroportos das capitais vizinhas é uma vantagem logística importante: Para Aeroporto Santa Genoveva (Goiânia – GYN): cerca de 52 km, / ~46 minutos de carro. Para Aeroporto Internacional de Brasília (BSB): aproximadamente 146 km / ~1h50 de carro.

Isso coloca Anápolis em posição estratégica para atender empresas e investidores que cheguem por Goiânia ou Brasília, com trânsito razoável para instalações ou visitas técnicas.

## 5. POLO EDUCACIONAL E CAPITAL HUMANO

<https://www.anapolis.go.gov.br/> E-mail: [licitacao@anapolis.go.gov.br](mailto:licitacao@anapolis.go.gov.br)  
Centro de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia de Anápolis (CEITEC)  
Av. Profa. Zenaide de Calle Roriz, 1350 - Jundiáí, Anápolis - GO, 75110-030

Anápolis dispõe de um conjunto relativamente robusto de instituições de ensino superior, técnica e privada/pública, o que reforça a oferta de mão de obra qualificada, diversidade acadêmica e suporte para empresas:

A Universidade Estadual de Goiás (UEG) possui campus central em Anápolis — oferecendo cursos como Arquitetura e Urbanismo, Engenharia Agrícola, Engenharia Civil, Farmácia, Química Industrial, Sistemas de Informação, além de licenciaturas e cursos tecnológicos.

Há também instituições privadas ou outras faculdades na cidade, como Faculdade Anhanguera de Anápolis, Faculdade Raízes, entre outras listadas em diretórios locais de ensino.

A presença de várias instituições de ensino e a proximidade com a capital do Estado e do Brasil, criam um ambiente favorável para formação contínua, recrutamento de profissionais, parcerias acadêmicas e inovação — outro ponto de atração poderosa para empresas.

## **6. CONCEITO INSTITUCIONAL**

A Prefeitura de Anápolis atua sob o conceito institucional “Sempre do Seu Lado”, que reforça o compromisso da gestão com proximidade, eficiência, cuidado com o cidadão e apoio ao empreendedor e ao investidor. Esse conceito fundamenta o posicionamento de Anápolis como cidade moderna, acolhedora e parceira, preparada para receber novas indústrias, startups, centros logísticos e negócios de todos os portes.

## **7. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DO GOVERNO MUNICIPAL**

A Administração Municipal de Anápolis é composta pelos seguintes órgãos e secretarias:

### **Órgãos Centrais**

Gabinete do Prefeito

Gabinete do Vice-Prefeito

Chefia de Gabinete

Procuradoria-Geral do Município

Controladoria-Geral do Município

### **Secretarias Municipais**

Secretaria Municipal de Governo

Secretaria Municipal de Economia

Secretaria Municipal de Administração, Gestão de Pessoas e Inovação

Secretaria Municipal de Assistência e Políticas Sociais

Secretaria Municipal de Saúde

Secretaria Municipal de Obras, Habitação, Planejamento Urbano e Meio Ambiente

Secretaria Municipal de Comunicação

Secretaria Municipal de Educação

Secretaria Municipal de Cultura e Turismo

Secretaria Municipal de Esporte

Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Agricultura

### **Órgãos e Entidades Vinculadas**

CMTT – Companhia Municipal de Trânsito e Transportes

ARM – Agência Reguladora Municipal

ISSA – Instituto de Seguridade Social de Anápolis

Outras unidades e autarquias conforme legislação vigente

Essa estrutura reforça a capacidade do município de oferecer agilidade administrativa, segurança jurídica, articulação intersetorial e suporte direto ao investidor, alinhando-se ao posicionamento institucional.

## **8. OBJETO**

Elaboração de Plano de Comunicação Publicitária contemplando estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, supervisão da execução externa, intermediação e distribuição de publicidade, relativo à campanha hipotética: **“ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS PARA ANÁPOLIS”**

## **9. RESUMO**

A campanha deverá comunicar de forma objetiva, moderna e inspiradora as vantagens competitivas de Anápolis para instalação de empresas, expansão de negócios, inovação, tecnologia e logística, demonstrando a força da economia local, a infraestrutura disponível, o papel estratégico da cidade no Centro-Oeste e a atuação da Prefeitura como parceira do investidor.

## **10. OBJETIVOS**

### **Objetivo Geral**

Posicionar Anápolis como destino estratégico para novos investimentos, fortalecendo sua imagem junto ao setor produtivo, investidores nacionais, imprensa e sociedade e projetar o protagonismo e potencial econômico da cidade.

### **Objetivos Específicos**

Apresentar os diferenciais competitivos de Anápolis no cenário nacional

Fortalecer o sentido de pertencimento e aumento da autoestima da população

Evidenciar infraestrutura industrial e logística pronta para expansão

Comunicar ambiente favorável para negócios: desburocratização, agilidade e segurança

Valorizar políticas públicas municipais de incentivo e desenvolvimento

Criar envolvimento da sociedade local que será beneficiada com o aumento da oferta de emprego e com a geração de maior a partir da atração de novos investimentos.

## **11. CONTEXTUALIZAÇÃO SOCIOECONÔMICA**

A campanha deve considerar e destacar:

1. Localização estratégica

2. Potência Industrial e Logística

3. Vocação para Inovação

<https://www.anapolis.go.gov.br/> E-mail: [licitacao@anapolis.go.gov.br](mailto:licitacao@anapolis.go.gov.br)  
Centro de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia de Anápolis (CEITEC)  
Av. Profa. Zenaide de Calle Roriz, 1350 - Jundiáí, Anápolis - GO, 75110-030

#### 4. Qualidade de Vida

### 12. PROBLEMA ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO

Embora amplamente reconhecida regionalmente, muitos investidores externos ainda não conhecem toda a potência econômica e o ambiente favorável de Anápolis. Há a necessidade de uma comunicação institucional estratégica, clara e atraente que traduza números, fatos e vantagens competitivas em narrativa eficiente. Nas últimas administrações, o município não apresentou avanços importantes e foi perdendo espaço. É preciso mostrar que a atual gestão determinou como prioridade resgatar o protagonismo de Anápolis no cenário econômico do país.

### 13. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Criar uma campanha que:

Demonstre a força de Anápolis como hub industrial e logístico e que apresente Anápolis como uma região que voltou a ser um ambiente favorável, propício e próspero para negócios e investimentos

Conecte dados técnicos a narrativa humana, moderna e positiva

Dialogue com dois públicos ao mesmo tempo:

Sociedade (orgulho, pertencimento)

Investidores (segurança, oportunidade, eficiência)

### 14. INTEGRAÇÃO DO SLOGAN “SEMPRE DO SEU LADO”

O slogan deve ser incorporado como conceito-matriz da campanha, sustentando:

#### 1. Proximidade

A Prefeitura se apresenta como parceira do investidor, oferecendo apoio em todas as etapas.

#### 2. Cuidado e acolhimento

Anápolis cresce com as pessoas e para as pessoas — cidadãos, empreendedores, empresários.

#### 3. Segurança Administrativa

Ambiente que transmite previsibilidade, estabilidade política e econômica e seriedade.

#### 4. Cidade que acompanha o ritmo do desenvolvimento

Investir em Anápolis é investir em um lugar que “está ao seu lado”, guiando, apoiando e tornando viável cada projeto.

### 15. PÚBLICOS-ALVO

A agência deverá analisar o perfil de cada um desses públicos, definindo abordagens, mensagens e canais adequados para atingir cada grupo de forma eficaz:

#### Público Geral

Quem são: cidadãos e cidadãs anapolinos em geral, abarcando a população de Anápolis e região metropolitana.

#### Público Estratégico

Quem são: Setores produtivo e logístico. Grandes, médias e pequenas empresas e operadores logísticos

nacionais e internacionais dos setores industrial, comercial e do agronegócio.

#### **Público Prioritário**

Empresários, executivos, investidores, indústrias, bancos e instituições financeiras

#### **16. MARCA E IDENTIDADE VISUAL**

A assinatura utilizada deve obedecer às normas de identidade visual da Prefeitura de Anápolis, disponibilizada no Portal Oficial Do Município:

**“PREFEITURA DE ANÁPOLIS SEMPRE DO SEU LADO.”**

#### **17. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO (COMPLETAR AQUI)**

A Prefeitura dispõe de diversos canais institucionais que podem ser integrados à campanha, como:

**Portal oficial:** <https://www.anapolis.go.gov.br/>

**Redes sociais:**

Instagram

Facebook

Youtube

Tik Tok

Whatsapp

Sítio na Internet

#### **18. VERBA REFERENCIAL**

A verba considerada para o desenvolvimento das propostas é **R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais)**. Incluindo produção e veiculação no período de 30 dias.

#### **19. PRAÇA DE VEICULAÇÃO**

**Principal:** Estado de Goiás, Brasília e Município de Anápolis;

**Secundária:** Demais cidades da Região Centro-Oeste e praças estratégicas nos países, conforme planejamento e justificativa da agência.

**ANEXO III**

**MODELO DE PROCURAÇÃO**

**Outorgante**

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

**Outorgado**

Representante devidamente qualificado

**Objeto**

Representar a outorgante na **Concorrência nº 064/2026**.

**Poderes**

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar 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, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação>*

**ANEXO IV**

**MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

À

Comissão de Contratação

Referente à Concorrência nº 064 /2026 – Prefeitura Municipal de Anápolis

**1. Preços sujeitos a valoração**

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

a) **Desconto** \_\_\_\_ % **(por extenso)** em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) **percentual** \_\_\_\_% **(por extenso)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, bem como incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) **percentual** \_\_\_\_% **(por extenso)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.

d) **Percentual de remuneração** \_\_\_\_% **(por extenso)** incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

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 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

**2. Outras declarações**

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

2.2 Estamos cientes de que o ANUNCIANTE 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 ANUNCIANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da 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 ANUNCIANTE, nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V).

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 V**

**MINUTA DE CONTRATO**

**Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021**

(Processo Administrativo nº **01114.00000105/2025-83**)

CONTRATO Nº XX/2026, QUE FAZEM ENTRE SI O  
MUNICÍPIO DE ANÁPOLIS E A EMPRESA \_\_\_\_\_,  
PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE.

A Prefeitura de Anápolis-GO, por intermédio do(a) Secretaria Municipal de Administração, com sede à Av. Profa. Zenaide de Calle Roriz, 1350 - Jundiáí, Anápolis - GO, 75110-030, na cidade de Anápolis – GO, inscrito(a) no CNPJ sob o nº. 01.067.479/0001-46, neste ato representado(a) pelo(a) Senhor Prefeito MÁRCIO AURÉLIO CORRÊA, doravante denominado CONTRATANTE, e o(a) [CONTRATADO], inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº [CNPJ], sediado(a) na [endereço], na cidade de [cidade]/[UF], doravante designado CONTRATADO, neste ato representado(a) por [nome e função no CONTRATADO], conforme [atos constitutivos da empresa] **OU** [procuração apresentada nos autos], tendo em vista o que consta no Processo nº **01114.00000105/2025-83** e em observância às disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 14.133/2021 e demais legislação aplicável, resolvem celebrar o presente Termo de Contrato, decorrente da **Concorrência** nº 064/2026, mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas.

**CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO**

1.1. O objeto do presente instrumento é contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse da Prefeitura Municipal de Anápolis compreendendo o **estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.**

1.2. Vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

- 1.2.1. O Termo de Referência;
- 1.2.2. O Edital de Licitação;
- 1.2.3. A Proposta do contratado;
- 1.2.4. Eventuais anexos dos documentos supracitados.

## **CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO**

- 2.1. O prazo de vigência da contratação é de **12 (doze) meses** contados da data de publicação do Contrato, prorrogável sucessivamente por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021, observados o disposto nos artigos 80 a 86, do Decreto Municipal nº 48.890/2023.
- 2.1.1. A prorrogação de que trata este item é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o CONTRATADO.
- 2.2. O CONTRATADO não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.
- 2.3. A prorrogação de contrato deverá ser promovida mediante celebração de termo aditivo.
- 2.4. O contrato não poderá ser prorrogado quando o CONTRATADO tiver sido penalizado nas sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.

## **CLÁUSULA TERCEIRA – MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS**

- 3.1. Os serviços objeto da contratação serão executados e entregues, mediante demanda, na forma de execução indireta, por preço unitário.
- 3.2. A cada ação publicitária a ser realizada, a Contratante encaminhará previamente um briefing específico com as informações para análise e elaboração do plano de execução pela Contratada.
- 3.3. A execução do contrato será realizada em etapas sequenciais, assim distribuídas:
- 3.4. Planejamento estratégico pela agência, que realizará levantamento das necessidades da contratante, analisará o público-alvo e definirá as estratégias de comunicação. Apresentará relatório contendo as diretrizes para as ações publicitárias;
- 3.5. Criação das peças publicitárias;
- 3.6. Apresentadas as peças pela contratada, a contratante deverá aprová-la ou solicitar ajustes em prazo médio de cinco dias úteis, sempre por escrito.
- 3.7. Execução das campanhas publicitárias através dos meios definidos, conforme planejamento de mídia aprovado pela contratante.
- 3.8. Acompanhamento da campanha pela contratada, que apresentará relatórios à contratante sobre a divulgação da campanha.
- 3.9. Encerramento da campanha, com relatório final contendo a análise dos resultados alcançados e o desempenho das ações publicitárias. Poderá a contratada recomendar a realização de pesquisas sobre o resultado da campanha.
- 3.10. Contratante e Contratada procurarão realizar reuniões periódicas para acompanhar a execução dos trabalhos e alinhamento de estratégias. Essas reuniões poderão ser presenciais ou de forma digital.
- 3.11. O prazo total para a execução do contrato será de 12 meses, podendo ser prorrogado mediante justificativa e acordo entre as partes, no limite decenal estabelecida pela Lei 14.133/2021.
- 3.12. A gestão do contrato será realizada através do gestor do contrato, designado pela contratante, garantindo o acompanhamento e fiscalização da execução do objeto contratual, abrangendo todas as etapas da execução, inclusive o de verificar o cumprimento das metas e cronogramas acordados.
- 3.13. O gestor do contrato também terá a função de validar as entregas da Contratada e de emitir pareceres técnicos a respeito da execução das atividades, com base nos relatórios e nas avaliações dos resultados das campanhas publicitárias e solicitar correção de eventuais falhas ou não conformidades identificadas durante a execução do contrato.
- 3.14. O não atendimento das exigências contratuais pela contratada, implicará na possibilidade de o gestor adotar as medidas cabíveis, inclusive aplicação de penalidades, na forma previsto no contrato e na lei 14.133/21.

3.15. Caberá ao fiscal do contrato verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados com a intermediação da Contratada.

3.16. A fiscalização pela contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da Contratada, pela perfeita execução dos serviços.

#### **CLÁUSULA QUARTA – SUBCONTRATAÇÃO**

4.1. As regras sobre a subcontratação do objeto são aquelas estabelecidas no Termo de Referência, anexo ao Edital.

#### **CLÁUSULA QUINTA – PREÇO**

5.1. *O valor total da contratação é de R\$ xxxxxx (xxxxxxxxxx).*

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

#### **CLÁUSULA SEXTA - PAGAMENTO**

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

#### **CLÁUSULA SÉTIMA - REAJUSTE E ATUALIZAÇÃO**

7.1. Os preços inicialmente contratados são fixos e irreajustáveis no prazo de um ano contado da data do orçamento estimado, conforme artigo 76 do Decreto Municipal nº 48.980/2023.

7.2. O reajuste acontecerá através da aplicação do índice IPCA/IBGE.

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

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

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

#### **CLÁUSULA OITAVA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

8.1. São obrigações do CONTRATANTE:

8.1.1. A Contratante designará e definirá as atribuições de Fiscal e/ou Gestor responsável pela coordenação e a fiscalização dos serviços contratados, e estabelecerá os procedimentos da fiscalização.

8.1.2. A Contratante comunicará por escrito à agência contratada, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.

- 8.1.3. A Contratante fornecerá e colocará à disposição da agência contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.
- 8.1.4. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo CONTRATADO, de acordo com o contrato e seus anexos;
- 8.1.5. A contratante proporcionará condições para a boa execução dos serviços.
- 8.1.6. A contratante notificará, formal e tempestivamente, a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato.
- 8.1.7. A contratante notificará a Contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade, abrindo prazo para defesa prévia.
- 8.1.8. A contratante cumprirá todos os compromissos financeiros assumidos com a contratada.
- 8.1.9. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Termo de Referência;
- 8.1.10. Notificar o CONTRATADO, por escrito, sobre vícios, defeitos incorreções, imperfeições, falhas ou irregularidades verificadas na execução do objeto contratual, fixando prazo para que seja substituído, reparado ou corrigido, total ou parcialmente, às suas expensas, certificando-se de que as soluções por ele propostas sejam as mais adequadas;
- 8.1.11. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo CONTRATADO;
- 8.1.12. Efetuar o pagamento ao CONTRATADO do valor correspondente ao fornecimento do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente Contrato e no Termo de Referência.
- 8.1.13. Aplicar ao CONTRATADO as sanções previstas na lei e neste Contrato;
- 8.1.14. Rejeitar os serviços executados em desacordo com as obrigações assumidas pela empresa CONTRATADA, exigindo sua correção, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas, ressalvados os casos fortuitos ou de força maior, devidamente justificado e aceito pelo CONTRATANTE;
- 8.1.15. Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo CONTRATADO no prazo máximo de 30 (trinta) dias, conforme prevê o art. 92, inciso XI, da Lei nº 14.133, de 2021.

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

#### **CLÁUSULA NONA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO**

- 9.1. A Contratada deverá respeitar as normas e princípios ambientais, minimizando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos, adotando, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, na forma do disposto no artigo 144 da lei 14.133/21.
- 9.2. A Contratada não poderá ceder ou transferir no todo ou em parte o contrato, ficando vedado qualquer forma de subcontratação total ou de cessão contratual.
- 9.3. A Contratada manterá todas as condições nas quais o contrato foi assinado durante o seu período de execução.
- 9.4. A Contrata, realizará, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante contratação de terceiros na forma estabelecida pela lei 12.232/2010, de acordo com as especificações estipuladas pela contratante.

<https://www.anapolis.go.gov.br/> E-mail: [licitacao@anapolis.go.gov.br](mailto:licitacao@anapolis.go.gov.br)  
Centro de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia de Anápolis (CEITEC)  
Av. Profa. Zenaide de Calle Roriz, 1350 - Jundiá, Anápolis - GO, 75110-030

9.5. A Contratada negociará sempre as melhores condições de preço no tocante aos direitos patrimoniais de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos e aos direitos patrimoniais de uso sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias pela Contratante.

9.6. A Contratada fará cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, nos termos do artigo 14 da Lei 12.232/2010, observadas as disposições:

a) Devem ser apresentadas, no mínimo, 3 (três) propostas, das quais constarão todos os produtos ou serviços que a compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários.

b) As propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor e a identificação completa.

c) Os fornecedores externos deverão estar credenciados junto à contratante.

d) Se não houver possibilidade de obter três propostas, a agência deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

e) A Prefeitura, como contratante, poderá proceder à verificação da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado.

f) Obter aprovação prévia da contratante, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com o contrato.

g) A contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para realizar os serviços objeto do contrato.

9.7. A contratada providenciará, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Contratante, de um ou mais serviços, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da agência contratada pelos serviços realizados até a data dessa ocorrência, desde que não tenham sido causadas pela própria contratada ou por terceiros contratados.

9.8. A contratada só divulgará informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolva o nome do município contratante, mediante sua prévia e expressa autorização.

9.9. A Contratada prestará esclarecimentos ao Município sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

9.10. A contratada não utilizará o presente contrato como caução ou garantia de qualquer operação financeiras.

9.11. A contratada cumprirá toda a legislação federal, estadual e municipal pertinente e responsabilizar-se-á por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

9.12. A contratada cumprirá a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.

9.13. A contratada assumirá, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho.

9.14. A contratada responsabilizar-se-á pelo ônus resultantes de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se-á por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato.

9.15. A contratada, em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, 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 a contratante das importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10

<https://www.anapolis.go.gov.br/> E-mail: [licitacao@anapolis.go.gov.br](mailto:licitacao@anapolis.go.gov.br)  
Centro de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia de Anápolis (CEITEC)  
Av. Profa. Zenaide de Calle Roriz, 1350 - Jundiá, Anápolis - GO, 75110-030

(dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

9.16. Constituem-se responsabilidade da contratada quanto a direitos autorais:

a) ceder à contratante, total e definitivamente, os direitos patrimoniais do uso das ideias, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após o término da vigência do contrato.

b) condicionar, nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, a contratação de serviços com terceiros, pelo período indicado pela contratante e utilizar os trabalhos protegidos pelos direitos autorais ou conexos, dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

c) quando exigido pela contratada, obter dois orçamentos para execução dos serviços pelos fornecedores externos, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão definitiva desses direitos, quando possível, para que a contratante escolha uma das opções.

d) Fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos.

e) reconhecer que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão de direitos patrimoniais por ela realizados à contratante, será sempre considerada como já incluída no custo da criação.

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

9.18. Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal ou gestor do contrato ou autoridade superior e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados;

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

9.20. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo CONTRATANTE, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida, o valor correspondente aos danos sofridos;

9.21. Quando não for possível a verificação da regularidade no Sistema de Cadastro de Fornecedores – SICAF, o CONTRATADO deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, junto com a Nota Fiscal para fins de pagamento, os seguintes documentos:

9.21.1. prova de regularidade relativa à Seguridade Social;

9.21.2. certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União;

9.21.3. certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Estadual ou Distrital do domicílio ou sede do CONTRATADO;

9.21.4. Certidão de Regularidade do FGTS – CRF; e

9.21.5. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

9.22. Responsabilizar-se pelo cumprimento de todas as obrigações trabalhistas, sociais, previdenciárias, tributárias, fiscais, comerciais e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade ao CONTRATANTE e não poderá onerar o objeto do contrato;

9.23. Comunicar ao Fiscal do contrato tempestivamente, observada a urgência da situação, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique no local da execução do objeto contratual, não ultrapassando

o prazo de 24 (vinte e quatro) horas;

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

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

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

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

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

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

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

9.31. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990);

9.32. Comunicar ao CONTRATANTE, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data da entrega, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação;

9.33. Os contratantes sujeitam-se às normas da Lei 14.133/21 bem como às cláusulas contratuais.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA– OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD**

10.1. É vedada às partes a utilização de todo e qualquer dado pessoal repassado em decorrência da execução contratual para finalidade distinta daquela do objeto da contratação, mantendo-se sigilo e confidencialidade, sob pena de responsabilização administrativa, civil e criminal.

10.2. A Contratada declara que tem ciência da existência da LGPD e se compromete a adequar todos os procedimentos internos ao disposto na legislação com o intuito de proteger os dados pessoais repassados pela Contratante e aos quais tiver acesso em decorrência da execução do objeto.

10.3. A Contratada fica obrigada a comunicar à Prefeitura de Anápolis, em até 2 (dois) dias do conhecimento, qualquer incidente de acessos não autorizados aos dados pessoais, situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito, bem como adotar as providências dispostas no art. 48 da LGPD.

10.4. A Contratada cooperará com a Contratante no cumprimento das obrigações referentes ao exercício dos direitos dos titulares previstos na LGPD e nas Leis e Regulamentos de Proteção de Dados em vigor.

10.5. Eventuais responsabilidades das partes serão apuradas conforme estabelecido no contrato e também de acordo com o que dispõe a Seção III, Capítulo VI da LGPD.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA– GARANTIA DE EXECUÇÃO**

<https://www.anapolis.go.gov.br/> E-mail: [licitacao@anapolis.go.gov.br](mailto:licitacao@anapolis.go.gov.br)  
Centro de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia de Anápolis (CEITEC)  
Av. Profa. Zenaide de Calle Roriz, 1350 - Jundiá, Anápolis - GO, 75110-030

11.1. Não haverá exigência de garantia contratual da execução.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

12.1. As regras acerca de infrações e sanções administrativas referentes à execução do contrato são aquelas definidas no item 26 do edital anexo a este Contrato.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA EXTINÇÃO CONTRATUAL**

13.1. O contrato poderá ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133, de 2021, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

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

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

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

13.4.1. O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

13.4.2. Do balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

13.4.3. Da relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

13.4.4. Das indenizações e multas.

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

13.6. O CONTRATANTE poderá ainda:

13.6.1. nos casos de obrigação de pagamento de multa pelo CONTRATADO, reter a garantia prestada a ser executada, conforme legislação que rege a matéria; e

13.6.2. nos casos em que houver necessidade de ressarcimento de prejuízos causados à Administração, nos termos do inciso IV do art. 139 da Lei n.º 14.133, de 2021, reter os eventuais créditos existentes em favor do CONTRATADO decorrentes do contrato.

13.7. O contrato poderá ser extinto caso se constate que o CONTRATADO mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação, ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – ALTERAÇÕES**

14.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos [arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021](#).

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

14.3. As supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes poderão exceder o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato (art. 125 da Lei 14.133/2021).

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

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

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

15.1. A despesa será paga com recursos próprios através da Dotação Orçamentária nº XXXXXXXXXXXXXXXX – Apoio Administrativo e Financeiro à ÓRGÃO, Fonte de Recurso nº XXX.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DA MATRIZ DE RISCO**

16.1. A Análise de Risco referente ao presente contrato foi elaborada em conformidade com o disposto na Lei Federal nº 14.133/2021 e integra este instrumento como Anexo.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DOS CASOS OMISSOS**

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

#### **CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – PUBLICAÇÃO**

18.1. Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no [art. 94 da Lei 14.133, de 2021](#), bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, *caput*, da Lei n.º 14.133, de 2021.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA NONA – FORO**

19.1. Fica eleito o foro da Comarca de Anápolis-GO, com renúncia de qualquer outro por mais privilegiado que seja para dirimir as questões oriundas do presente instrumento contratual.

Anápolis, XX de XXXXXXX de 2026.

---

Representante legal do CONTRATANTE

---

Representante legal do CONTRATADO

TESTEMUNHAS:

1-

2-

## ANEXO I

### PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

1. Em cumprimento ao disposto no art. 2º, § 4, da Lei nº12.232/2010, fica instituído procedimento de seleção interna entre as agências de propaganda a serem contratadas pela Prefeitura Municipal de Anápolis para prestação de serviços de publicidade institucional e de utilidade pública de interesse do município.

1.1 A seleção interna das agências contratadas será feita em função dos custos estimados para sua realização, de acordo com a metodologia adotada neste procedimento e em observância com os princípios da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.

2. Para os fins deste procedimento, considera-se:

I- Seleção Nível 1: o procedimento de escolha de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado em até R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais);

II- Seleção Nível 2: o procedimento de escolha de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado acima de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais);

2.1 A Seleção Nível 1 será feita pelo Secretário de Comunicação, Eventos e Modernização da Prefeitura Municipal, mediante a aplicação de um dos critérios abaixo:

- a) escolha da agência que já executou ação publicitária similar, no âmbito do contrato (familiaridade da agência com o tema);
- b) escolha da agência que estiver em melhores condições para desenvolver a ação;
- c) reaproveitamento de linha criativa desenvolvida pela agência;
- d) necessidade de ser preservado o limite de faturamento mínimo anual de cada contrato.

2.1.1 A Secretaria de Comunicação, Eventos e Modernização consignará nos autos o (s) critério (s) em que se apoiou para sua decisão.

2.2 A Seleção Nível 2 será feita mediante aplicação dos procedimentos previstos nos subitens 2.2.1 a 2.2.9.

2.2.1. A Secretaria de Comunicação, Eventos e Modernização solicitará às agências que apresentem, na data indicada, a proposta para a necessidade de comunicação expressa na Ordem de Serviço, que conterá as informações essenciais para subsidiar o processo de concepção criativa, em igualdade de condições.

2.2.2. As propostas apresentadas serão analisadas por uma Comissão de Avaliação formada com esta finalidade, tendo o Secretário de Comunicação, Eventos e Modernização como Presidente, que indicará no formulário Avaliação de Seleção Nível 2 a proposta considerada adequada

para atendimento da necessidade de comunicação quanto ao desenvolvimento da ação, observando os seguintes critérios, com as respectivas pontuações:

I- Planejamento de Publicidade: entendimento do briefing, proposição estratégica e defesa técnica – até 10 pontos;

II- Solução Criativa: adequação ao briefing, originalidade, exequibilidade e defesa técnica – até 20 pontos;

III- Estratégia de Mídia e Não Mídia: adequação ao briefing, níveis de alcance, otimização de recursos e defesa técnica- até 10 pontos.

2.3.4. A Comissão de Avaliação poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas agências sejam integradas, para aperfeiçoar a ação de publicidade, ou compartilhadas, para viabilizar sua execução.

2.2.5. Caso nenhuma das propostas seja considerada adequada, a Secretaria de Comunicação, Eventos e Modernização determinará às agências que apresentem nova proposta.

2.2.6. Será considerada vencedora do Procedimento de Seleção Interna a agência que obtiver a maior pontuação.

2.2.7. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 2 por comunicado formal da Secretaria de Comunicação, Eventos e Modernização.

2.2.8. Poderá a Comissão de Avaliação dispensar o procedimento de Seleção Nível 2 nos casos de:

- a) ação publicitária que decorra de proposta de iniciativa de uma das agências contratadas;
- b) ação publicitária com linha criativa proposta por iniciativa de órgão ou entidade integrante do Poder Legislativo ou de terceiros, mediante doação dos direitos de autor sobre a criação;
- c) reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente em procedimento de Seleção;
- d) situações peculiares que requeiram urgência na realização da ação de comunicação, a exemplo das que possam causar prejuízo à segurança ou à saúde de pessoas;
- e) necessidade de ser preservado o limite de faturamento mínimo anual de cada contrato.

2.2.9. Para análise técnica das propostas das agências da Seleção Nível 2, poderá a critério do Secretário de Comunicação, Eventos e Modernização da Prefeitura Municipal, contar com a participação de representantes dos outros Setores em que a ação estiver afeta, quando for o caso.

3. Serão juntados aos autos todos os documentos previstos neste procedimento de seleção.

4. Das decisões constantes neste procedimento não caberá a interposição de recurso pelas contratadas.