

EDITAL DE LICITAÇÃO		
PREÂMBULO		
Torna-se público que o Município de Pires Ferreira/CE , através do Órgão Gerenciador desta licitação, realizará licitação, na modalidade CONCORRÊNCIA, na forma ELETRÔNICA, nos termos da Lei Federal nº 14.133, de 2021 , e demais legislação aplicável e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital.		
MODALIDADE LICITATÓRIA:	FORMA:	NÚMERO DO PROCESSO:
CONCORRÊNCIA	ELETRÔNICA	PMPF.01.200825.01.CE/GAB
ÓRGÃO GERENCIADOR:		
Gabinete da Prefeita		
VALOR ESTIMADO:		
R\$ 381.400,00 (Trezentos e oitenta e um mil e quatrocentos reais)		
DATAS E HORÁRIOS DA LICITAÇÃO:		REFERÊNCIA DE TEMPO:
Início de Recebimento das Propostas: <u>03/10/2025</u> ÀS <u>08 H00M</u>		Horário Oficial de Brasília/DF
Fim de Recebimento das Propostas: <u>25/11/2025</u> ÀS <u>08 H00M</u>		LINK DE REALIZAÇÃO DA LICITAÇÃO:
Abertura da Licitação: <u>25/11/2025</u> ÀS <u>09 H00M</u>		https://bll.org.br
MODO DE DISPUTA:		CRITÉRIO DE JULGAMENTO:
☒ FECHADO ☐ ABERTO E FECHADO ☐ FECHADO E ABERTO		☐ MELHOR TÉCNICA ☒ TÉCNICA E PREÇO
PREFERÊNCIA PARA ME/EPP/EQUIPARADAS:		
☐ SIM ☒ NÃO		
CONDIÇÕES		

1. OBJETO

1.1. O objeto da presente licitação é a **contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços publicitários**, nos termos da Lei nº 12.232/2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas com o objetivo de estudar, planejar, conceber, criar, executar, intermediar e distribuir publicidade com foco em informar, educar, orientar e promover ações institucionais aos públicos de interesse da administração pública do Município de Pires Ferreira/CE, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.

1.2. A licitação será realizada em **ÚNICO ITEM**, conforme tabela constante do Termo de Referência.

2. CREDENCIAMENTO NO SISTEMA ELETRÔNICO DA LICITAÇÃO

2.1. Sistema Eletrônico de Licitações da **Bolsa de Licitações do Brasil (BLL)**, através do endereço eletrônico <https://bll.org.br>, por meio de Certificado Digital conferido pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira – ICP – Brasil;

2.2. O credenciamento junto ao provedor do sistema implica a responsabilidade da licitante ou de seu representante legal e a presunção de sua capacidade técnica para realização das transações inerentes a esta licitação.

2.3. A licitante responsabilizar-se exclusiva e formalmente pelas transações efetuadas em seu nome, assume como firmes e verdadeira sua proposta, inclusive os atos praticados diretamente ou por seu representante, excluída a responsabilidade do provedor do sistema ou do órgão ou entidade promotora da licitação por eventuais danos decorrentes de uso indevido das credenciais de acesso, ainda que por terceiros.

2.4. É de responsabilidade do cadastrado conferir a exatidão dos seus dados cadastrais no Portal de Compras Públicas e mantê-los atualizados junto aos órgãos responsáveis pela informação, devendo proceder, imediatamente, à correção ou à alteração dos registros tão logo identifique incorreção ou aqueles se tornem desatualizados.

2.5. A não observância do disposto no subitem anterior poderá ensejar desclassificação no momento da habilitação.

3. PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

3.1. Poderão participar desta licitação, as pessoas jurídicas que satisfaçam as exigências estabelecidas no edital e seus anexos, cujo contrato social esteja em vigor, registrado no órgão competente no ramo de atividade compatível ao objeto deste edital e que estejam com Credenciamento regular no sistema eletrônico da licitação.

3.2. Será concedido tratamento favorecido para as microempresas e empresas de pequeno porte, para o Microempreendedor Individual - MEI, nos limites previstos da Lei Complementar nº 123/2006 e no artigo 4º da Lei Federal nº 14.133/2021.

3.3. Não poderão participar desta licitação as interessadas:

- a) Proibidos de participar de licitações e celebrar contratos administrativos, na forma da legislação vigente;
- b) Que não atendam às condições deste Edital e seu(s) anexo(s);
- c) Estrangeiros que não tenham representação legal no Brasil com poderes expressos para receber citação e responder administrativa ou judicialmente;
- d) Que se enquadrem nas vedações previstas nos artigos 9º e 14 da Lei Federal nº 14.133/2021;
- e) Que estejam sob falência, concurso de credores, concordata ou em processo de dissolução ou liquidação;
- f) Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição (Acórdão nº 746/2014-TCU-Plenário).

3.4. A pessoa jurídica poderá participar da licitação em consórcio, observadas as regras do artigo 15 da Lei Federal nº 14.133/2021.

3.5. Como condição para participação na concorrência, a licitante assinalará "sim" ou "não" em campo próprio do sistema eletrônico, relativo às seguintes declarações:

3.5.1. Que cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 3º da Lei Complementar nº 123/2006, estando apta a usufruir do tratamento favorecido estabelecido em seus artigos 42 a 49 e que não celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores extrapolam a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte;

a) Nos itens exclusivos para participação de microempresas e empresas de pequeno porte, a assinalação do campo "não" impedirá o prosseguimento no certame;

b) Nos itens em que a participação não for exclusiva para microempresas e empresas de pequeno porte, a assinalação do campo "não" apenas produzirá o efeito de a licitante não ter direito ao tratamento favorecido previsto na Lei Complementar nº 123/2006, mesmo que microempresa, empresa de pequeno porte.

3.5.2. Que está ciente e concorda com as condições contidas no Edital e seus anexos;

3.5.3. Que cumpre os requisitos para a habilitação definidos no Edital e que a proposta apresentada está em conformidade com as exigências editalícias;

3.5.4. Que inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no certame, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores;

3.5.5. Que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos, salvo menor, a partir de 14 (quatorze) anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7º, XXXIII, da Constituição Federal de 1998;

3.5.6. Que a proposta foi elaborada de forma independente;

3.5.7. Que não possui, em sua cadeia produtiva, empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do artigo 1º e no inciso III do artigo 5º da Constituição Federal;

3.5.8. Que cumpre com a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência ou para reabilitado da Previdência Social e que atendam às regras de acessibilidade previstas na legislação, conforme disposto no artigo 93 da Lei nº 8.213/1991.

3.6. A declaração falsa relativa ao cumprimento de qualquer condição sujeitará a licitante às sanções previstas em lei e no Edital.

4. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

4.1. As licitantes encaminharão, exclusivamente por meio do sistema eletrônico, concomitantemente com os documentos de habilitação exigidos no edital, proposta técnica com a descrição do objeto ofertado e de preços, até a data e o horário estabelecidos para abertura da sessão pública, quando, então, encerrar-se-á automaticamente a etapa de envio

dessa documentação.

4.2. O envio da proposta técnica e de preço, acompanhada dos documentos de habilitação exigidos no Edital, ocorrerá por meio de chave de acesso e senha.

4.3. As Microempresas e Empresas de Pequeno Porte deverão encaminhar a documentação de habilitação, ainda que haja alguma restrição de regularidade fiscal e trabalhista, nos termos do artigo 43, § 1º da LC nº 123/2006.

4.4. Incumbirá à licitante acompanhar as operações no sistema eletrônico durante a sessão pública da Concorrência, ficando responsável pelo ônus decorrente da perda de negócios, diante da inobservância de quaisquer mensagens emitidas pelo sistema ou de sua desconexão.

4.5. Até a abertura da sessão pública, as licitantes poderão retirar ou substituir a proposta e os documentos de habilitação anteriormente inseridos no sistema.

4.6. Não será estabelecida, nesta etapa do certame, ordem de classificação entre as propostas apresentadas, o que somente ocorrerá após a realização do procedimento de julgamento das propostas.

4.7. Os documentos que compõem a proposta e a habilitação da licitante melhor classificada somente serão disponibilizados para avaliação do Agente de Contratação e para acesso público após o encerramento da fase de análise das propostas técnicas e de preço.

4.8. **Garantia da Proposta:**

4.8.1. Será exigido o recolhimento referente a 1% (um por cento) do valor estimado pela Administração para a contratação a título de garantia de proposta, devendo ser encaminhada no ato do cadastramento da proposta eletrônica, **EXCLUSIVAMENTE no sistema eletrônico.**

4.8.2. A garantia de proposta será devolvida aos licitantes no prazo de 10 (dez) dias úteis, contado da assinatura do contrato ou da data em que for declarada fracassada a licitação.

4.8.3. Implicará execução do valor integral da garantia de proposta a recusa em assinar o contrato ou a não apresentação dos documentos para a contratação.

4.8.4. A garantia de proposta poderá ser prestada nas seguintes modalidades:

a) CAUÇÃO EM DINHEIRO: Deverá ser efetuada em favor da contratante, em conta específica no Banco do Brasil, Agência 332-8, Conta corrente 8563-4, com comprovante de depósito em seu formato original;

b) TÍTULOS DA DÍVIDA PÚBLICA: Deverá ser emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia, sendo aceitos como título da dívida pública apenas Letras do Tesouro Nacional - LTN, Letras Financeiras do Tesouro - LFT, Notas do Tesouro Nacional - série C - NTN-C ou Notas do Tesouro Nacional - série B - NTN-B;

c) SEGURO-GARANTIA: Apólice com certificação digital, que deverá ser emitida por companhia seguradora autorizada a funcionar no País, nos termos da legislação específica vigente à época de sua apresentação e deverá ter seu valor expresso em Reais (R\$), bem como a assinatura dos administradores da sociedade emitente e Certidão de Regularidade Operacional expedida pela Superintendência de Seguros Privados - SUSEP, em nome da seguradora que emitir a apólice;

d) FIANÇA BANCÁRIA: Carta Bancária original, emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil;

e) TÍTULO DE CAPITALIZAÇÃO: Deverá ser custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

4.8.5. A garantia da proposta deverá ser em favor dessa municipalidade, com prazo de validade não inferior a 150 (cento e cinquenta) dias, nos casos de seguro-garantia e fiança bancária.

4.8.6. A não apresentação da garantia no ato do cadastramento da proposta eletrônica, ensejará de imediato a desclassificação da licitante.

5. **PREENCHIMENTO DA PROPOSTA**

5.1. A licitante enviará sua **proposta técnica** mediante o encaminhamento no sistema eletrônico, conforme se segue:

a) Especificação do objeto e documentos técnicos anexos, conforme descrição detalhada no Termo de Referência;

b) Plano de Comunicação Publicitária, **uma via sem identificação**, da apresentação de informações referentes ao proponente, organizada sob a forma definida no Briefing - constante do Termo de Referência, contendo:

b.1) **Proposta Técnica: plano de comunicação publicitária não identificado.**

c) A Proposta Técnica consiste na apresentação das informações acerca da licitante,

pertinentes aos quesitos elencados abaixo, destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes (repertório);

- d) A Capacidade de Atendimento, sob a forma de textos, a licitante apresentará: quantificação e qualificação dos profissionais, por meio de currículos, que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (estudo e pesquisa, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento);
- e) Sistemática de atendimento, discriminando as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, incluído os prazos máximos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de campanha, criação de peças avulsas, produção de publicidade legal e elaboração do Plano de Mídia;
- f) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- g) Estrutura e organização da agência;
- h) O repertório, apresentação de um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas:
 - h.1) A licitante poderá apresentar até 2 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: rádio, revista, jornal e outdoor;
 - h.2) A não apresentação de qualquer peça exigida para a proposta técnica, incidirá em pontuação 0 (zero) no referido item não apresentado, inclusive se não comprovada a autoria.
- i) A Proposta Técnica consiste na apresentação do Plano de Comunicação Publicitária, composto dos seguintes quesitos:
 - i.1) **Raciocínio Básico:** sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) laudas, a licitante apresentará sua compreensão sobre o objeto da licitação, os desafios de comunicação a serem enfrentados, e as soluções propostas, de acordo com as informações prestadas no briefing.
 - i.2) **Estratégia de Comunicação Publicitária:** sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) laudas, a licitante indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela administração.
 - i.3) **Ideia Criativa:** sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão às respostas criativas do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária. Como parte do quesito ideia criativa, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução para o problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com o raciocínio básico e com a estratégia de comunicação publicitária. Os exemplos de peças só podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout ou "monstro" de spot de rádio, com ou sem música, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante. Cada arquivo, cujo tamanho seja superior a 300mb, deverá ser enviado via link, com a licitante garantindo a plena visualização do arquivo no momento da avaliação por parte da comissão, tendo inclusive caráter desclassificatório caso não seja possível a visualização.
 - i.4) **Estratégia de mídia e não mídia:** em que o proponente 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 disponível indicada neste edital, apresentada sob a forma de texto de no máximo 3 (três) laudas, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e veiculação. As tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo pode ser apresentados à parte, não tendo limite de páginas.
- j) A Proposta Técnica consiste na apresentação do Plano de Comunicação Publicitária **sem identificação**, com vistas à análise dos quesitos pela Comissão Técnica de forma totalmente imparcial e idônea, sem a possibilidade de identificação do licitante, conforme exigências da Lei Federal nº 12.232/10.

5.2. A licitante enviará sua **proposta de preços** mediante o encaminhamento no sistema eletrônico, conforme se segue:

- a) Conter a Modalidade e número da licitação;
- b) Conter a Razão social, CNPJ, inscrição estadual e municipal e endereço completo da proponente e qualificação do representante legal da empresa;
- c) A Proposta de Preço deverá ser elaborada informando o valor proposto, com

observância ao valor estimado pela administração.

5.3. No cadastramento da proposta eletrônica, o licitante declarará, em campo próprio do sistema, que:

5.3.1. está ciente e concorda com as condições contidas no edital e seus anexos, bem como de que a proposta apresentada compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de sua entrega em definitivo e que cumpre plenamente os requisitos de habilitação definidos no instrumento convocatório;

5.3.2. não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7º, XXXIII, da Constituição;

5.3.3. não possui, em sua cadeia produtiva, empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;

5.3.4. 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.

5.3.5. O licitante organizado em cooperativa deverá declarar, ainda, em campo próprio do sistema eletrônico, que cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 16 da Lei nº 14.133, de 2021.

5.3.6. O fornecedor enquadrado como microempresa, empresa de pequeno porte ou equiparadas deverá declarar, ainda, em campo próprio do sistema eletrônico, que cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 2006, estando apto a usufruir do tratamento favorecido estabelecido em seus arts. 42 a 49, observado o disposto nos §§ 1º ao 3º do art. 4º, da Lei nº 14.133, de 2021.

5.4. A falsidade das declarações exigidas nesse edital, sujeitará o licitante às sanções previstas na Lei nº 14.133, de 2021, e neste Edital.

5.5. Os licitantes poderão retirar ou substituir a proposta até a abertura da sessão pública.

5.6. Não haverá ordem de classificação na etapa de apresentação da proposta e dos documentos de habilitação pelo licitante, o que ocorrerá somente após os procedimentos de abertura da sessão pública.

5.7. Caberá ao licitante interessado em participar da licitação acompanhar as operações no sistema eletrônico durante o processo licitatório e se responsabilizar pelo ônus decorrente da perda de negócios diante da inobservância de mensagens emitidas pela Administração ou de sua desconexão.

5.8. O licitante deverá comunicar imediatamente ao provedor do sistema qualquer acontecimento que possa comprometer o sigilo ou a segurança, para imediato bloqueio de acesso.

5.9. Todas as especificações do objeto contidas na proposta vinculam a Contratada.

5.10. Nos valores propostos estarão inclusos todos os custos operacionais, encargos previdenciários, trabalhistas, tributários, comerciais e quaisquer outros que incidam direta ou indiretamente no fornecimento dos bens ou serviços.

5.11. Os preços ofertados, serão de exclusiva responsabilidade da licitante, não lhe assistindo o direito de pleitear qualquer alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

5.12. O prazo de validade da proposta não será inferior a **90 (noventa) dias**, a contar da data de sua apresentação.

6. ABERTURA DA SESSÃO E CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS

6.1. A abertura da presente licitação dar-se-á em sessão pública, por meio de sistema eletrônico, na data, horário e local indicados no Edital.

6.1.1. Quando a desconexão do sistema eletrônico para o Agente de Contratação persistir por tempo superior a dez minutos, a sessão pública será suspensa e terá reinício somente após comunicação expressa do Agente de Contratação aos participantes do certame, publicada no **chat do sistema eletrônico**, quando serão divulgadas data e hora para a sua reabertura. E será reiniciada somente após decorridas vinte e quatro horas da comunicação do fato pelo Agente de Contratação aos participantes, no sítio eletrônico utilizado para divulgação.

6.2. O Agente de Contratação verificará as propostas apresentadas, desclassificando, desde logo, aquelas que não estejam em conformidade com os requisitos estabelecidos no Edital, contenham vícios insanáveis ou não apresentem as especificações técnicas exigidas no Termo de Referência, conforme artigo 59 da Lei Federal nº 14.133/2021.

- a) A desclassificação será sempre fundamentada e registrada no sistema eletrônico, com acompanhamento em tempo real por todos os participantes;
- b) A não desclassificação da proposta não impede o seu julgamento definitivo em sentido contrário, levado a efeito na fase de aceitação.
- 6.3. O sistema disponibilizará campo próprio para troca de mensagens entre o Agente de Contratação e as licitantes.
- 6.4. Iniciada a sessão será analisada a proposta técnica das licitantes, conforme os critérios de julgamento e avaliação descritos no Edital.
- 6.5. Para julgamento e classificação das propostas serão analisados conjuntamente os critérios de **técnica e de preço**, observadas as pontuações nas proporções estabelecidas neste item.
- 6.6. **Para análise e julgamento das propostas, o mérito técnico terá peso de 70% (setenta por cento) e o mérito preço terá peso equivalente a 30% (trinta por cento) na nota total atribuída aos participantes.**
- 6.6.1. As propostas técnicas serão avaliadas conforme os CRITÉRIOS NO ITEM 7 DESTE EDITAL
- 6.6.2. No julgamento das propostas técnicas, será atribuída a licitante uma Nota Técnica (NT), com a seguinte formulação: **$NT = 100 \times PTL/MPT$** , em que:
- NT = Nota técnica da licitante;
- PTL = Pontuação técnica da licitante;
- MPT = Máxima pontuação técnica observada dentre todas as licitantes.
- 6.6.3. As propostas de preço serão avaliadas conforme os CRITÉRIOS NO ITEM 8 DESTE EDITAL
- 6.6.4. No julgamento das propostas de preços, será atribuída a licitante uma Nota de Preço (NP), com a seguinte formulação: **$NP = (MP/PP) \times 30$** , em que:
- NP = Nota de preço da licitante;
- MP = Menor Preço dentre as propostas classificadas;
- PP = Preço proposto pela licitante.
- 6.6.5. O Agente de Contratação fará o cálculo da Nota Total Ponderada do licitante (NTP), observando-se a seguinte fórmula: **$NTP = NT + NP$** , em que:
- NTP = Nota Total Ponderada da licitante;
- NT = Nota Técnica da licitante;
- NP = Nota de Preço da licitante

7. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

- 7.1. A Subcomissão Técnica, que será designada por portaria, formada nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.
- 7.2. Pela avaliação do conteúdo apresentado na Proposta Técnica, serão levados em conta pela Subcomissão, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos, em cada quesito ou subquesito:

7.2.1. Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária

7.2.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico

- a) A acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do município e do contexto de sua atuação;
- b) A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitárias identificadas;
- c) A assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

7.2.1.2. Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária

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

7.2.1.3. Subquesito 3 – Ideia Criativa

- a) O alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;

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

7.2.1.4. Subquesto 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) A adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b) A consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e dos planos de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital;
- c) A consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d) A adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do município e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e) O grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

7.2.2. Quesito 2 – Capacidade de Atendimento

- a) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do município, colocando-os à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da licitante;
- b) A funcionalidade do relacionamento operacional entre o município e a licitante, considerando a adequação dos prazos máximos, a operacionalidade, a segurança, o grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza e agilidade no atendimento às solicitações.

7.2.3. Quesito 3 – Repertório

- a) A originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças;
- d) A licitante poderá apresentar até 2 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: rádio, jornal, outdoor e redes sociais.

7.3. Será desclassificada a proposta que contiver vício insanável; que não obedecer às especificações técnicas pormenorizadas no edital ou apresentarem desconformidade com exigências do ato convocatório.

7.4. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos:

PROPOSTA TÉCNICA	
QUESITOS E SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária	65
I. Raciocínio Básico	15
II. Estratégia de Comunicação Publicitária	15
III. Ideia Criativa	20
IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
2. Capacidade de Atendimento	20
I. Profissionais	10
II. Sistemática de Atendimento	10

3. Repertório	15
PONTUAÇÃO TOTAL	100

QUESITO 1 SUBQUESITO 1 RACIOCÍNIO BÁSICO	PONTUAÇÃO
Acuidade de compreensão das funções e do papel da Prefeitura de Lagoa Nova nos contextos social, político e econômico.	2
Da natureza, extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Lagoa Nova com seus públicos.	3
Das características da Prefeitura de Lagoa Nova e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	5
O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação postos pelo briefing.	5
PONTUAÇÃO TOTAL	15

QUESITO 1 SUBQUESITO 2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	PONTUAÇÃO
O entendimento das questões, a capacidade de articular o desafio de comunicação, a cobertura dos públicos-alvo, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível.	5
A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura de Lagoa Nova com seus diversos públicos.	5
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada na estratégia de comunicação.	5
PONTUAÇÃO TOTAL	15

QUESITO 1 SUBQUESITO 3 IDEIA CRIATIVA	PONTUAÇÃO
A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação.	5
Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Lagoa Nova e à sua inserção na sociedade.	5
A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas.	5
A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	5
PONTUAÇÃO TOTAL	20

QUESITO 1 SUBQUESITO 4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	PONTUAÇÃO
---	------------------

A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios.	5
O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos.	5
O planejamento e a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças	5
PONTUAÇÃO TOTAL	15

QUESITO 2 SUBQUESITO 1 PROFISSIONAIS	PONTUAÇÃO
Relação da equipe técnica (com currículo resumido de cada profissional) que estará à disposição da Prefeitura Municipal de Lagoa Nova.	10
PONTUAÇÃO TOTAL	10

QUESITO 2 SUBQUESITO 2 SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO	PONTUAÇÃO
A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Prefeitura Municipal de Lagoa Nova.	6
As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida	4
PONTUAÇÃO TOTAL	10

QUESITO 3 SUBQUESITO 1 REPERTÓRIO	PONTUAÇÃO
As peças criadas e suas respectivas fichas técnicas para solução do problema apresentado no briefing, com suas devidas características e forma de veiculação, exposição e distribuição	10
PONTUAÇÃO TOTAL	10

7.5. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 1 (uma) casa decimal.

7.6. A licitante deverá apresentar uma única Proposta Técnica, obedecidos os limites impostos.

7.7. A análise da Proposta Técnica será realizada com base nas informações da Proposta Técnica indicada no item 6.6.2 deste Edital.

7.8. A classificação da Proposta de Preços se dará da seguinte forma:

- A pontuação da proposta técnica será atribuída o peso máximo de 70 (setenta) pontos calculados de acordo com a fórmula adiante.
- A Pontuação Técnica de cada Licitante corresponderá à soma dos pontos dos 3 (três) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento e Repertório, conforme a seguinte fórmula:

$$NT = 100 \times PTL / MPT$$

Onde,

NT = Nota técnica da licitante;

PTL = Pontuação técnica da licitante;

MPT = Máxima pontuação técnica observada dentre todas as licitantes.

7.9. 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 permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**;
- b) Não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;
- c) Obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

7.10. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

7.11. Após a divulgação, em sessão pública, do resultado do julgamento das propostas técnicas, serão analisadas as propostas de preço das licitantes. Em seguida, serão examinados os documentos de habilitação do licitante classificado em primeiro lugar, com a maior pontuação técnica.

8. CRITÉRIO DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO

8.1. A licitante deverá apresentar uma única Proposta de Preços, obedecidos os limites impostos.

8.2. A análise da Proposta de Preço será realizada com base nas informações da Proposta de Preço indicada no item 6.6.4 deste Edital.

8.3. A classificação da Proposta de Preços se dará da seguinte forma:

- a) A pontuação da proposta de preços será atribuída o peso máximo de 30 (trinta) pontos para a menor proposta e às demais serão atribuídos pontos calculados de acordo com a fórmula adiante.
- b) O cálculo para a Pontuação do Preço, apurada até a segunda casa decimal, será efetuado dividindo-se o Menor Preço (dentro os valores globais apresentado pelas licitantes classificadas na licitação) pelo Preço Proposto, realizando a operação com cada proposta. O fator resultante será multiplicado pelo peso 30 (trinta), obtendo-se a Pontuação Resultante de Preço. Assim, a maior situação possível (trinta) será atribuída à proposta de menor preço global ofertado, conforme a seguinte fórmula:

$$\text{NP} = (\text{MP} / \text{PP}) \times 30$$

Onde,

NP = Nota de Preço da Licitante;

MP = Menor Preço dentre as propostas classificadas;

PP = Preço Proposto pela Licitante.

8.4. O Agente da Contratação proclamará o resultado da análise das Propostas de Preços, atribuindo a nota da Proposta de Preço – NP, que será considerada para o cálculo da Nota Total Ponderada (NTP) da licitante, na forma prevista no item 6.6.4. deste Edital.

9. CRITÉRIO DE JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS (TÉCNICA E PREÇO)

9.1. A nota final será calculada através do somatório das notas de proposta técnica e da proposta de preço, sendo a nota da proposta técnica com peso de 70% (setenta por cento) e a nota da proposta de preço com peso de 30% (trinta por cento), totalizando um percentual de 100% (cem por cento), conforme a seguinte fórmula.

$$\text{PF} = \text{NT} + \text{NP}$$

Onde,

PF = Pontuação Final.

NT = Pontuação da Nota Técnica.

NP = Pontuação da Nota de Preço.

9.2. As notas nesse quesito serão arredondadas em conformidade com o disposto nas normas da ABNT NBR-5891 (Regra de Arredondamento da Numeração Decimal).

10. DA APURAÇÃO DE EVENTUAL SOBREPREGO E ACEITAÇÃO DA PROPOSTA VENCEDORA

10.1. O Agente de Contratação deverá realizar avaliação sobre o potencial sobrepreço, mesmo que da proposta julgada vencedora.

10.2. Constatado o risco de sobrepreço, o Agente de Contratação deverá negociar condições mais vantajosas.

10.3. A negociação será realizada por meio do sistema e poderá ser acompanhada pelos demais licitantes.

10.4. Quando o primeiro colocado, mesmo após a negociação, for desclassificado em razão de sobrepreço, a análise de propostas e a negociação poderá ser feita com os demais licitantes classificados, exclusivamente por meio do sistema, respeitada a ordem de classificação, ou, em caso de propostas intermediárias empatadas, serão utilizados os critérios de desempate previstos no artigo 60 da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

10.5. Concluída a negociação, se houver, o resultado será registrado na ata da sessão pública, devendo esta ser anexada aos autos do processo de contratação.

10.6. O Agente de Contratação deverá solicitar, no sistema, o envio da proposta e, se necessário, dos documentos complementares, adequada à proposta ofertada, após a negociação de que trata este item.

10.7. Encerrada a etapa de negociação, o Agente de Contratação examinará a proposta classificada em primeiro lugar quanto à adequação ao objeto e à compatibilidade do preço em relação ao máximo estipulado para contratação neste Edital e em seus anexos.

10.8. Será desclassificada a proposta que contiver vício insanável; que não obedecer às especificações técnicas pormenorizadas no edital ou apresentarem desconformidade com exigências do ato convocatório.

10.9. Será desclassificada a proposta, que apresentar preço final superior ao preço máximo fixado (Acórdão nº 1455/2018 - TCU - Plenário), ou que apresentar preço manifestamente inexequível.

10.9.1. Considera-se inexequível a proposta que apresente preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários de mercado, acrescidos dos respectivos encargos, ainda que o ato convocatório da licitação não tenha estabelecido limites mínimos, exceto quando se referirem a materiais e instalações de propriedade do próprio licitante, para os quais ele renuncie a parcela ou à totalidade da remuneração.

10.10. Qualquer interessado poderá requerer que se realizem diligências para aferir a exequibilidade e a legalidade das propostas, devendo apresentar as provas ou os indícios que fundamentam a suspeita;

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

10.12. Na hipótese de necessidade de suspensão da sessão pública para a realização de diligências, com vistas ao saneamento das propostas, a sessão pública somente poderá ser reiniciada mediante aviso prévio no sistema com, no mínimo, vinte e quatro horas de antecedência, e a ocorrência será registrada em ata.

10.13. O Agente de Contratação poderá convocar a licitante para enviar documento digital complementar, por meio de funcionalidade disponível no sistema, no prazo de até **2 (duas) horas**, sob pena de não aceitação da proposta.

10.13.1. O prazo estabelecido poderá ser prorrogado pelo Agente de Contratação por solicitação escrita e justificada da licitante, formulada antes de findo o prazo, e formalmente aceita pelo Agente de Contratação.

10.14. Se a proposta ou lance vencedor for desclassificado, o Agente de Contratação examinará a proposta ou lance subsequente, e, assim sucessivamente, na ordem de classificação.

10.15. Havendo necessidade, o Agente de Contratação suspenderá a sessão, informando no "chat" a nova data e horário para a sua continuidade.

10.16. Encerrada a análise quanto à aceitação da proposta, o Agente de Contratação verificará a habilitação da licitante, observado o disposto neste Edital.

11. HABILITAÇÃO

11.1. Encerrada a etapa de negociação, o(a) Pregoeiro(a) verificará se o licitante provisoriamente classificado em primeiro lugar atende às condições de participação no certame, conforme previsto no art. 14 da Lei nº 14.133/2021, legislação correlata, e especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta mediante Consulta Consolidada junto ao Tribunal de Contas da União - TCU no seguinte endereço eletrônico: <https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br>.

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

11.3. Caso conste na Consulta de Situação do licitante a existência de Ocorrências Impeditivas Indiretas, o(a) Pregoeiro(a) diligenciará para verificar se houve fraude por parte das empresas

apontadas no Relatório de Ocorrências Impeditivas Indiretas.

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

11.3.2. O licitante será convocado para manifestação previamente a uma eventual desclassificação.

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

11.4. Caso atendidas as condições de participação, a habilitação das licitantes será verificada por meio do **sistema eletrônico**, em relação à habilitação jurídica, à regularidade fiscal e trabalhista, à qualificação econômico-financeira e à habilitação técnica, que se fizerem necessárias.

11.5. Em caso de participação de empresas em consórcio, será exigido o acréscimo de 10% (dez por cento) a 30% (trinta por cento) sobre o valor exigido de licitante individual para a habilitação econômico-financeira, salvo justificção no processo licitatório. Essa regra não se aplica aos consórcios formados, em sua totalidade, por microempresas e pequenas empresas, assim definidas em lei.

11.6. Havendo a necessidade de envio de documentos de habilitação complementares, necessários à confirmação daqueles exigidos no Edital e já apresentados, a licitante será convocada a encaminhá-los, em formato digital, via sistema, no prazo de até **2 (duas) horas** sob pena de inabilitação.

11.7. Somente haverá a necessidade de comprovação do preenchimento de requisitos mediante apresentação dos documentos originais não-digitais quando houver dúvida em relação à integridade do documento digital.

11.8. Não serão aceitos documentos de habilitação com indicação de CNPJ/CPF diferentes, salvo aqueles legalmente permitidos.

11.9. Se a licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, e se a licitante for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

a) Serão aceitos registros de CNPJ de licitante matriz e filial com diferenças de números de documentos pertinentes ao CND e ao CRF/FGTS, quando for comprovada a centralização do recolhimento dessas contribuições.

11.10. As licitantes deverão encaminhar, nos termos deste Edital, a documentação relacionada nos itens a seguir, para fins de habilitação:

11.10.1. Habilitação Jurídica

a) No caso de sociedade empresária ou empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial da respectiva sede, acompanhado de documento comprobatório de seus administradores;

b) Inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz, no caso de ser o participante sucursal, filial ou agência;

c) No caso de sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de prova da indicação dos seus administradores;

d) No caso de cooperativa: ata de fundação e estatuto social em vigor, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, bem como o registro de que trata o artigo 107 da Lei nº 5.764, de 1971;

e) No caso de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País: decreto de autorização;

f) Os documentos acima deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

11.10.2. Habilitação Fiscal, Social e Trabalhista

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), do Ministério da Fazenda;

b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, conforme o caso, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade compatível com o objeto contratual;

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

d) Certidão de Regularidade da Fazenda Pública Federal, conjunta com a Dívida Ativa da União;

- e) Comprovação de regularidade perante a Fazenda Estadual, emitida pela Secretaria da Fazenda Estadual onde a empresa for sediada;
- f) Comprovação de regularidade perante a Fazenda Municipal, do domicílio ou da sede da licitante;
- g) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

11.10.3. Havendo alguma restrição na comprovação de regularidade fiscal das microempresas e empresas de pequeno porte, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar da data da convocação, prorrogáveis por igual período, a critério desta Prefeitura, para a regularização da documentação com emissão de certidões negativas ou positivas com efeito de negativa.

11.10.4. A não regularização da documentação no prazo previsto no subitem acima implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções legais, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

11.10.5. Será inabilitada a licitante que não comprovar sua habilitação, seja por não apresentar quaisquer dos documentos exigidos, ou apresentá-los em desacordo com o estabelecido no Edital.

11.10.6. Constatado o atendimento às exigências de habilitação fixadas no Edital, a licitante será declarada vencedora.

11.10.7. Os documentos de Habilitação deverão estar com prazo vigente, não havendo prazo nos documentos eles serão considerados válidos se emitidos em até 60 (sessenta) dias anteriores à data de abertura desta licitação.

11.10.8. Habilitação Econômico-Financeira

- a) Certidão negativa de insolvência civil expedida pelo distribuidor do domicílio ou sede do licitante, caso se trate de pessoa física, desde que admitida a sua participação na licitação, ou de sociedade simples;
- b) Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, caput, inciso II);
- c) Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta.
- d) Serão considerados como na forma da Lei, o Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis assim apresentados:

d.1) Sociedades empresariais em geral: registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da Licitante.

d.2) Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônima s regidas pela Lei nº. 6.404/76: registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante; ou publicados na imprensa oficial da União, ou do Estado, ou do Distrito Federal conforme o lugar em que esteja situada a sede da companhia; ou, ainda, em jornal de grande circulação editado na localidade em que está a sede da companhia.

d.3) Sociedades simples: registrados no Registro Civil das Pessoas jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial.

d.4) Empresas constituídas à menos de um ano: deverão apresentar demonstrativo do Balanço de Abertura, devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial do domicílio da Licitante, devidamente registrados na Junta Comercial assinado pelo sócio-gerente ou diretor e pelo contador ou outro profissional equivalente.

- e) A expressão "na forma da lei" será compreendida de no mínimo: balanço patrimonial e demonstrações contábeis, registrados na Junta Comercial ou órgão competente acompanhado do termo de autenticação do registro digital.
- f) As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).
- g) Caso a licitante seja cooperativa, tais documentos deverão ser acompanhados da última auditoria contábil-financeira, conforme dispõe o artigo 112º da Lei Federal nº 5.764/71, ou de uma declaração, sob as penas da lei, de que tal auditoria não foi exigida

pelo órgão fiscalizador.

11.10.9. Qualificação Técnica

a) Comprovação de aptidão no desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação – Atestado(s) de Capacidade Técnica, fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, quando for emitido por ente privado deverá este ser com firma reconhecida de quem o subscreveu.

b) Registro ou Inscrição no Sindicato das Agências de Publicidade Propaganda de sua base territorial ou na Associação Brasileira de Agências de Publicidade - Abap, nos termos da Lei 4.860/65. Caso inexistir o referido Sindicato, supre-se por declaração de registro da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO.

11.11. A existência de restrição relativamente à regularidade fiscal e trabalhista não impede que a licitante qualificada como microempresa ou empresa de pequeno porte seja declarada vencedora, uma vez que atenda a todas as demais exigências do edital.

11.12. A declaração da vencedora acontecerá no momento imediatamente posterior à fase de habilitação.

11.13. Caso a proposta mais vantajosa seja ofertada por licitante qualificada como microempresa ou empresa de pequeno porte, e uma vez constatada a existência de alguma restrição no que tange à regularidade fiscal e trabalhista, ela será convocada para, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, após a declaração da vencedora, comprovar a regularização. O prazo poderá ser prorrogado por igual período, a critério da administração pública, quando requerida pela licitante, mediante apresentação de justificativa.

11.14. A não-regularização fiscal e trabalhista no prazo previsto no subitem anterior acarretará a inabilitação da licitante, sem prejuízo das sanções previstas no Edital, sendo facultada a convocação das licitantes remanescentes, na ordem de classificação. Se, na ordem de classificação, seguir-se outra microempresa, empresa de pequeno porte ou sociedade cooperativa com alguma restrição na documentação fiscal e trabalhista, será concedido o mesmo prazo para regularização.

11.15. Havendo necessidade de analisar minuciosamente os documentos exigidos, o Agente de Contratação suspenderá a sessão, informando no “chat” a nova data e horário para a continuidade da mesma.

11.16. Será inabilitada a licitante que não comprovar sua habilitação, seja por não apresentar quaisquer dos documentos exigidos, ou apresentá-los em desacordo com o estabelecido no Edital.

11.17. Nos itens não exclusivos a microempresas e empresas de pequeno porte, em havendo inabilitação, haverá nova verificação, pelo sistema, da eventual ocorrência do empate ficto, previsto nos artigos 44 e 45 da LC nº 123/2006, seguindo-se a disciplina antes estabelecida para aceitação da proposta subsequente.

11.18. Constatado o atendimento às exigências de habilitação fixadas no Edital, a licitante será declarada vencedora.

12. ENCAMINHAMENTO DA PROPOSTA VENCEDORA

12.1. A proposta final da licitante declarada vencedora deverá ser encaminhada no prazo de até **2 (duas) horas** a contar da solicitação do Agente de Contratação no sistema eletrônico e deverá:

a) Ser redigida em língua portuguesa, digitada, em uma via, sem emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas, devendo a última folha ser assinada e as demais rubricadas pela licitante ou seu representante legal;

b) Conter a indicação do banco, número da conta e agência da licitante vencedora, para fins de pagamento.

12.2. A proposta final deverá ser documentada nos autos e será levada em consideração no decorrer da execução do contrato e aplicação de eventual sanção à Contratada, se for o caso.

a) Todas as especificações do objeto contidas na proposta, tais como marca, modelo, tipo, fabricante e procedência, vinculam a Contratada.

12.3. Os preços devem ser expressos em moeda corrente nacional, o valor unitário em algarismos e o valor global em algarismos e por extenso.

a) Ocorrendo divergência entre os preços unitários e o preço global, prevalecerão os primeiros; no caso de divergência entre os valores numéricos e os valores expressos por extenso, prevalecerão estes últimos.

b) A oferta deverá ser firme e precisa, limitada, rigorosamente, ao objeto do Edital, sem conter alternativas de preço ou de qualquer outra condição que induza o julgamento a mais

de um resultado, sob pena de desclassificação.

12.4. A proposta deverá obedecer aos termos do Edital e seus Anexos, não sendo considerada aquela que não corresponda às especificações ali contidas ou que estabeleça vínculo à proposta de outra licitante.

12.5. As propostas que contenham a descrição do objeto, o valor e os documentos complementares estarão disponíveis na internet, após a homologação.

13. RECURSOS

13.1. 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.

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

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

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

13.3.2. o prazo para a manifestação da intenção de recorrer será de 10 (dez) minutos.

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

13.4. Os recursos deverão ser encaminhados **EXCLUSIVAMENTE em campo próprio do sistema.**

13.5. 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.

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

13.7. 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.

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

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

13.10. Os autos do processo permanecerão com vista franqueada aos interessados no sistema eletrônico.

14. REABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA

14.1. A sessão pública poderá ser reaberta:

14.1.1. Nas hipóteses de provimento de recurso que leve à anulação de atos anteriores à realização da sessão pública precedente ou em que seja anulada a própria sessão pública, situação em que serão repetidos os atos anulados e os que dele dependam.

14.1.2. Quando houver erro na aceitação do preço / desconto mais bem classificado ou quando a licitante declarada vencedora não assinar o contrato, não retirar o instrumento equivalente ou não comprovar a regularização fiscal e trabalhista, nos termos do que dispõe o art. 43, §1º, da Lei Complementar nº 123/06.

14.1.3. Nessas hipóteses, serão adotados os procedimentos imediatamente posteriores ao encerramento da etapa de lances.

14.2. Todas as licitantes remanescentes deverão ser convocadas para acompanhar a sessão reaberta.

14.2.1. A convocação se dará por meio do sistema eletrônico, de acordo com a etapa do procedimento licitatório.

15. ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

15.1. Julgados os recursos, constatada a regularidade dos atos praticados, a Autoridade Superior adjudicará e homologará a licitação.

16. TERMO DE CONTRATO OU INSTRUMENTO EQUIVALENTE

16.1. Após a homologação da licitação, em sendo realizada a contratação, será firmado Termo de Contrato ou emitido instrumento equivalente.

16.2. O adjudicatário terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data de sua convocação, para assinar o Termo de Contrato ou aceitar instrumento equivalente, conforme

o caso (Nota de Empenho/Carta Contrato/Autorização), sob pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no Edital.

a) Alternativamente à convocação para comparecer perante o órgão ou entidade para a assinatura do Termo de Contrato ou aceite do instrumento equivalente, a Administração poderá encaminhá-lo para assinatura ou aceite da Adjudicatária, mediante correspondência postal com aviso de recebimento (AR) ou meio eletrônico, para que seja assinado ou aceito no prazo de 03 (três) dias, a contar da data de seu recebimento.

b) O prazo previsto no subitem anterior poderá ser prorrogado, por igual período, por solicitação justificada do adjudicatário e aceita pela Administração.

16.3. O aceite da nota de empenho ou do instrumento equivalente, emitida à empresa adjudicada, implica no reconhecimento de que:

a) Referida nota está substituindo o contrato, aplicando-se à relação de negócios ali estabelecida as disposições da Lei nº 14.133/2021;

b) A Contratada se vincula à sua proposta e às previsões contidas no edital e seus anexos;

c) A Contratada reconhece que as hipóteses de rescisão são aquelas previstas no artigo 137 da Lei nº 14.133/2021 e reconhece os direitos da Administração previstos nos artigos 138 e 139 da mesma Lei.

16.4. O prazo de vigência da contratação é o estabelecido no Termo de Referência.

16.5. Previamente à contratação a Administração realizará consultas para identificar possível suspensão temporária de participação em licitação, no âmbito do órgão ou entidade, proibição de contratar com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas, observado o disposto no artigo 29, da Instrução Normativa nº 03/2018, e nos termos do artigo 6º, III, da Lei nº 10.522/2002, consulta prévia ao CADIN.

16.6. Na assinatura do contrato, será exigida a comprovação das condições de habilitação consignadas neste Edital, as quais deverão ser mantidas pelo licitante durante a vigência do contrato.

a) Na hipótese de irregularidade, a Contratada deverá regularizar a sua situação perante o cadastro no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, sob pena de aplicação das penalidades previstas no edital e anexos.

b) Na hipótese de a vencedora da licitação não comprovar as condições de habilitação consignadas no edital ou se recusar a assinar o contrato ou a ata de registro de preços, a Administração, sem prejuízo da aplicação das sanções das demais cominações legais cabíveis a essa licitante, poderá convocar outra licitante, respeitada a ordem de classificação, para, após a comprovação dos requisitos para habilitação, analisada a proposta e eventuais documentos complementares e, feita a negociação, assinar o contrato.

17. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

17.1. Pelo descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas partes, salvo casos fortuitos ou de força maior, a parte infratora responderá pelas sanções previstas nos artigos 155 e 156 da Lei Federal nº 14.133/2021, sem prejuízo da responsabilidade civil ou penal cabíveis.

18. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

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

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

18.3. A impugnação e o pedido de esclarecimento deverão ser realizados **EXCLUSIVAMENTE em campo próprio do sistema**.

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

18.4.1. A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pelo(a) Pregoeiro(a), nos autos do processo de licitação.

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

19. DISPOSIÇÕES GERAIS

19.1. Será divulgada ata da sessão pública no sistema eletrônico.

19.2. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário anteriormente estabelecido, desde que não

haja comunicação em contrário, pelo(a) Pregoeiro(a).

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

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

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

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

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

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

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

19.10. O Edital e seus anexos estão disponíveis, na íntegra, no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e Portal do Município na internet.

19.11. O foro para dirimir as questões relativas ao presente Edital será o da Comarca da sede desta Municipalidade, com exclusão de qualquer outro.

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

ANEXO I – Termo de Referência;

ANEXO II – Modelo de Proposta de Preços;

ANEXO III – Minuta do Contrato.

ANEXO IV – Estudo Técnico Preliminar.

Pires Ferreira/CE, 29 de setembro de 2025.

Lunara Araujo Pinto
Ordenadora de Despesas do Gabinete da Prefeita

ANEXO I
TERMO DE REFERÊNCIA

TERMO DE REFERÊNCIA

Concorrência Eletrônica

Notória Especialização | Técnica e Preço

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1. Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços publicitários, nos termos da Lei nº 12.232/2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas com o objetivo de estudar, planejar, conceber, criar, executar, intermediar e distribuir publicidade com foco em informar, educar, orientar e promover ações institucionais aos públicos de interesse da administração pública do Município de Pires Ferreira/CE, nos termos da tabela abaixo, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento.

1.2. O intervalo mínimo de diferença de valores ou percentuais entre os lances, que incidirá tanto em relação aos lances intermediários quanto em relação à proposta que cobrir a melhor oferta, será da seguinte forma:

a) R\$ 3.850 para o item.

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	CATSER	UND	QTD	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL	TIPO DE PARTICIPAÇÃO
1	CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS, NOS TERMOS DA LEI Nº 12.232/2010, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS COM O OBJETIVO DE ESTUDAR, PLANEJAR, CONCEBER, CRIAR, EXECUTAR, INTERMEDIAR E DISTRIBUIR PUBLICIDADE COM FOCO EM INFORMAR, EDUCAR, ORIENTAR E PROMOVER AÇÕES INSTITUCIONAIS AOS PÚBLICOS DE INTERESSE DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DO MUNICÍPIO DE PIRES FERREIRA/CE.	892	MÊS	12	R\$ 31.783,33	R\$ 381.400,00	AMPLA

1.3. Em caso de cota reservada, destinada às empresas com tratamento jurídico diferenciado, esta poderá ser adjudicada ao vencedor da cota principal, ou, diante de sua recusa, das licitantes remanescentes, desde que seja praticado o menor preço dentre as cotas e que seja aceitável pela Administração.

1.4. O objeto a ser contratado nesse plano enquadra-se na categoria de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, de natureza continuada, em conformidade com o disposto na Lei Federal nº 14.133/21, por possuir padrões de desempenho e características gerais e específicas, usualmente encontradas no mercado.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1. A Fundamentação da Contratação e de seus quantitativos encontra-se pormenorizada em Tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

2.2. O objeto desta solução consta demonstrado no alinhamento entre a contratação e o planejamento desta administração, de acordo com o disposto em Tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

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

4. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

4.1. A Subcomissão Técnica, que será designada por portaria, formada nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.

4.2. Pela avaliação do conteúdo apresentado na Proposta Técnica, serão levados em conta pela Subcomissão, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos, em cada quesito ou subquesito:

Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária

Subquesito 1 – Raciocínio Básico

- A acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do município e do contexto de sua atuação;
- A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitárias identificadas;
- A assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária

- A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do município, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- A consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do município com seus públicos;
- A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- A capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o município, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

Subquesito 3 – Ideia Criativa

- O alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- A pertinência da solução criativa com a natureza do município, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- A adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- A compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- A originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;

-A exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

Subquesto 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia

- A adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- A consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e dos planos de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital;
- A consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- A adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do município e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- O grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

Questito 2 – Capacidade de Atendimento

- a) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do município, colocando-os à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da licitante;
- A funcionalidade do relacionamento operacional entre o município e a licitante, considerando a adequação dos prazos máximos, a operacionalidade, a segurança, o grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza e agilidade no atendimento às solicitações.

Questito 3 – Repertório

- A originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças;
- A licitante poderá apresentar até 2 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: rádio, jornal, outdoor e redes sociais.

4.3. Será desclassificada a proposta que contiver vício insanável; que não obedecer às especificações técnicas pormenorizadas no edital ou apresentarem desconformidade com exigências do ato convocatório.

4.4. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos:

PROPOSTA TÉCNICA	
QUESITOS E SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária	65
I. Raciocínio Básico	15
II. Estratégia de Comunicação Publicitária	15
III. Ideia Criativa	20
IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	15

2. Capacidade de Atendimento	20
I. Profissionais	10
II. Sistemática de Atendimento	10
3. Repertório	15
PONTUAÇÃO TOTAL	100

QUESITO 1 SUBQUESITO 1 RACIOCÍNIO BÁSICO	PONTUAÇÃO
Acuidade de compreensão das funções e do papel da Prefeitura de Lagoa Nova nos contextos social, político e econômico.	2
Da natureza, extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Lagoa Nova com seus públicos.	3
Das características da Prefeitura de Lagoa Nova e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	5
O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação postos pelo briefing.	5
PONTUAÇÃO TOTAL	15

QUESITO 1 SUBQUESITO 2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	PONTUAÇÃO
O entendimento das questões, a capacidade de articular o desafio de comunicação, a cobertura dos públicos-alvo, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível.	5
A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura de Lagoa Nova com seus diversos públicos.	5
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada na estratégia de comunicação.	5
PONTUAÇÃO TOTAL	15

QUESITO 1 SUBQUESITO 3 IDEIA CRIATIVA	PONTUAÇÃO
A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação.	5

Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Lagoa Nova e à sua inserção na sociedade.	5
A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas.	5
A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	5
PONTUAÇÃO TOTAL	20

QUESITO 1 SUBQUESITO 4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	PONTUAÇÃO
A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios.	5
O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos.	5
O planejamento e a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças	5
PONTUAÇÃO TOTAL	15

QUESITO 2 SUBQUESITO 1 PROFISSIONAIS	PONTUAÇÃO
Relação da equipe técnica (com currículo resumido de cada profissional) que estará à disposição da Prefeitura Municipal de Lagoa Nova.	10
PONTUAÇÃO TOTAL	10

QUESITO 2 SUBQUESITO 2 SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO	PONTUAÇÃO
A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Prefeitura Municipal de Lagoa Nova.	6
As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida	4
PONTUAÇÃO TOTAL	10

QUESITO 3 SUBQUESITO 1 REPERTÓRIO	PONTUAÇÃO
--	------------------

As peças criadas e suas respectivas fichas técnicas para solução do problema apresentado no briefing, com suas devidas características e forma de veiculação, exposição e distribuição	10
PONTUAÇÃO TOTAL	10

4.5. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 1 (uma) casa decimal.

4.6. A licitante deverá apresentar uma única Proposta Técnica, obedecidos os limites impostos.

4.7. A análise da Proposta Técnica será realizada com base nas informações da Proposta Técnica indicada no item 6.6.2 deste Edital.

4.8. A classificação da Proposta de Preços se dará da seguinte forma:

- a) A pontuação da proposta técnica será atribuída o peso máximo de 70 (setenta) pontos calculados de acordo com a fórmula adiante.
- b) A Pontuação Técnica de cada Licitante corresponderá à soma dos pontos dos 3 (três) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento e Repertório, conforme a seguinte fórmula:

$$NT = 100 \times PTL / MPT$$

Onde,

NT = Nota técnica da licitante;

PTL = Pontuação técnica da licitante;

MPT = Máxima pontuação técnica observada dentre todas as licitantes.

4.9. 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 permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**;
- b) Não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;
- c) Obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

4.10. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

4.11. Após a divulgação, em sessão pública, do resultado do julgamento das propostas técnicas, serão analisadas as propostas de preço das licitantes. Em seguida, serão examinados os documentos de habilitação do licitante classificado em primeiro lugar, com a maior pontuação técnica.

5. CRITÉRIO DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO

5.1. A licitante deverá apresentar uma única Proposta de Preços, obedecidos os limites impostos.

5.2. A análise da Proposta de Preço será realizada com base nas informações da Proposta de Preço indicada no item 6.6.4 deste Edital.

5.3. A classificação da Proposta de Preços se dará da seguinte forma:

- a) A pontuação da proposta de preços será atribuída o peso máximo de 30 (trinta) pontos para a menor proposta e às demais serão atribuídos pontos calculados de acordo com a fórmula adiante.

b) O cálculo para a Pontuação do Preço, apurada até a segunda casa decimal, será efetuado dividindo-se o Menor Preço (dentre os valores globais apresentado pelas licitantes classificadas na licitação) pelo Preço Proposto, realizando a operação com cada proposta. O fator resultante será multiplicado pelo peso 30 (trinta), obtendo-se a Pontuação Resultante de Preço. Assim, a maior situação possível (trinta) será atribuída à proposta de menor preço global ofertado, conforme a seguinte fórmula:

$$NP = (MP/PP) \times 30$$

Onde,

NP = Nota de Preço da Licitante;

MP = Menor Preço dentre as propostas classificada;

PP = Preço Proposto pela Licitante.

5.4. O Agente da Contratação proclamará o resultado da análise das Propostas de Preços, atribuindo a nota da Proposta de Preço – NP, que será considerada para o cálculo da Nota Total Ponderada (NTP) da licitante, na forma prevista no item 6.6.4. deste Edital.

6. CRITÉRIO DE JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS (TÉCNICA E PREÇO)

6.1. A nota total ponderada será calculada através do somatório das notas de proposta técnica e da proposta de preço, sendo a nota da proposta técnica com peso de 70% (setenta por cento) e a nota da proposta de preço com peso de 30% (trinta por cento), totalizando um percentual de 100% (cem por cento), conforme a seguinte fórmula.

$$NTP = NT + NP$$

Onde,

NTP = Nota Total Ponderada da Licitante.

NT = Pontuação da Nota Técnica.

NP = Pontuação da Nota de Preço.

6.2. As notas nesse quesito serão arredondadas em conformidade com o disposto nas normas da ABNT NBR-5891 (Regra de Arredondamento da Numeração Decimal).

7. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

7.1. Natureza da Contratação:

7.1.1. O objeto a ser contratado nesse plano enquadra-se na categoria de **serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual**, de natureza **continuada**, em conformidade com o disposto na Lei Federal nº 14.133/21, por possuir padrões de desempenho e características gerais e específicas, usualmente encontradas no mercado.

7.2. Duração do Contrato:

7.2.1. O prazo de vigência da contratação é de **1 (um) ano**, contado da data da sua assinatura, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021. O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à prorrogação contratual.

7.3. Requisitos Necessários:

7.3.1. Para a adequada execução dos serviços de publicidade institucional, a agência de propaganda a ser contratada deverá atender aos seguintes requisitos:

- **Especialização técnica** – Comprovar capacidade técnica compatível com o objeto, incluindo experiência prévia em serviços de publicidade institucional e campanhas de interesse público.
- **Equipe multidisciplinar** – Disponibilizar profissionais qualificados nas áreas de planejamento, redação publicitária, design gráfico, mídia, produção audiovisual, marketing digital e atendimento.
- **Infraestrutura adequada** – Possuir recursos tecnológicos, equipamentos e sistemas necessários para criação, execução e monitoramento das campanhas em diferentes mídias (tradicionais e digitais).
- **Conformidade legal e ética** – Atuar em consonância com a legislação aplicável, respeitando os princípios da Administração Pública, a ética profissional e as diretrizes de acessibilidade e inclusão digital.
- **Capacidade de execução** – Demonstrar condições de atender de forma contínua e eficaz às demandas do Município, com disponibilidade de atendimento em prazos compatíveis com a urgência e relevância de cada ação.
- **Gestão e relatórios** – Apresentar relatórios de desempenho das campanhas realizadas, incluindo indicadores de alcance, efetividade e economicidade, assegurando mecanismos de avaliação pela Administração.
- **Responsabilidade contratual** – Assumir a obrigação de correção de inconsistências, defeitos ou falhas nos serviços prestados, arcando com os custos decorrentes de sua execução inadequada.

7.4. Relevância dos Requisitos Estipulados:

7.4.1. A definição dos requisitos para a contratação de agência de propaganda é de fundamental importância para assegurar que os serviços publicitários a serem prestados atendam plenamente às necessidades da Administração Pública e ao interesse coletivo. A exigência de especialização técnica garante que a agência selecionada atue em conformidade com padrões de qualidade reconhecidos no setor, reduzindo riscos de contratações inadequadas ou de resultados insatisfatórios.

7.4.2. A presença de equipe multidisciplinar qualificada é igualmente relevante, pois permite que a comunicação institucional seja tratada de forma integrada, com profissionais aptos a elaborar desde o planejamento estratégico até a execução final das campanhas em múltiplas plataformas. Da mesma forma, a exigência de infraestrutura tecnológica adequada assegura a capacidade de atender tanto às mídias tradicionais quanto às digitais, ampliando o alcance das ações governamentais.

7.4.3. A estipulação de conformidade legal, ética e acessibilidade reforça a necessidade de que todas as peças publicitárias estejam alinhadas aos princípios da Administração Pública, garantindo clareza, objetividade, inclusão e respeito à cidadania. Já os requisitos relacionados à capacidade de execução e à apresentação de relatórios de desempenho são essenciais para garantir a eficiência, a transparência e o controle social sobre as ações realizadas.

7.4.4. Por fim, a previsão de responsabilidade contratual da agência evidencia a preocupação da Administração em assegurar a qualidade dos serviços, resguardando o interesse público contra falhas ou prejuízos. Assim, todos os requisitos estabelecidos são diretamente relevantes para viabilizar uma contratação segura, eficiente e capaz de cumprir os objetivos estratégicos de comunicação do Município.

7.5. Sustentabilidade:

7.5.1. A contratação de agência de propaganda especializada apresenta vantagens significativas no campo da sustentabilidade socioambiental, na medida em que possibilita a adoção de estratégias de comunicação que valorizem práticas responsáveis, reduzam impactos ambientais e incentivem a consciência coletiva em torno de temas socioambientais.

7.5.2. Entre os benefícios destacam-se a possibilidade de substituição de materiais impressos por mídias digitais, reduzindo o consumo de papel, tinta e insumos gráficos, bem como a geração de resíduos sólidos. A utilização de campanhas online, redes sociais e plataformas eletrônicas também contribui para ampliar o alcance das mensagens institucionais com menor impacto ambiental, além de promover maior acessibilidade da informação.

7.5.3. Outro aspecto relevante é a oportunidade de sensibilizar a população para boas práticas socioambientais por meio das campanhas desenvolvidas, estimulando condutas cidadãs relacionadas à preservação ambiental, ao consumo consciente e à gestão adequada de resíduos, em alinhamento com as políticas públicas de sustentabilidade do Município.

7.5.4. Quanto às medidas mitigadoras, recomenda-se que a agência priorize o uso de materiais recicláveis ou de menor impacto ambiental quando houver necessidade de produção impressa, adote processos produtivos menos poluentes e promova a otimização dos meios digitais para reduzir custos energéticos e de transporte. Além disso, a Administração poderá exigir relatórios que demonstrem as ações adotadas para mitigar impactos ambientais nas campanhas executadas.

7.5.5. Dessa forma, a contratação não apenas atende à necessidade institucional de comunicação, mas também reforça o compromisso da Administração Municipal com a sustentabilidade socioambiental, em consonância com os princípios da eficiência, da responsabilidade social e da preservação ambiental.

7.6. Vistoria:

7.6.1. Não há necessidade de realização de avaliação prévia do local de execução dos serviços.

7.7. Subcontratação:

7.7.1. Não é admitida a subcontratação do objeto contratual.

7.8. Garantia da contratação:

7.8.1. Não haverá exigência da garantia da contratação.

8. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO**8.1. Prazo de Execução:**

8.1.1. O prazo de execução dos serviços será de **1 (um) ano**, com início na data do contrato.

8.2. Local de Execução:

8.2.1. Os serviços serão prestados nos endereços que se fizerem necessários no perímetro do município e fora dele quando houver necessidade, e ainda, nas dependências da contratada.

8.3. Rotinas de Execução:

8.3.1. As atividades a seguir são organizadas em rotinas, que englobam as etapas fundamentais para a prestação dos serviços.

ROTINA 1 – Planejamento e Estudo Estratégico de Comunicação

- Levantamento e diagnóstico de comunicação e imagem institucional.
- Análise do público-alvo, canais de mídia e oportunidades de comunicação.
- Elaboração de plano de comunicação publicitária.
- Formulação de estratégias de campanhas, segmentação de público, definição de linguagem e escolha de mídias.
- Apresentação de propostas conceituais e justificativas técnicas.

ROTINA 2 – Criação e Produção Publicitária

- Criação de campanhas institucionais, educativas e promocionais.
- Desenvolvimento de conceitos, roteiros, peças gráficas, spots, jingles, vídeos, posts, animações e demais produtos de comunicação.
- Adaptação de peças para diferentes mídias (TV, rádio, jornal, revista, internet, mídia exterior etc.).
- Criação e acompanhamento de identidade visual de campanhas.
- Desenvolvimento de materiais para redes sociais e ambientes digitais.

ROTINA 3 – Execução Técnica e Produção Gráfica e Audiovisual

- Produção gráfica de impressos: folders, cartazes, outdoors, faixas, brindes etc.
- Produção de áudio: jingles, spots e vinhetas.
- Produção de vídeo: filmes publicitários, documentários, vídeos institucionais e animações.
- Produção para mídias digitais: banners, vídeos para redes, filtros, QR codes, podcasts, entre outros.
- Supervisão técnica e controle de qualidade da produção executada.

ROTINA 4 – Mídia e Distribuição

- Planejamento de mídia (on-line e off-line) com base em dados de audiência, alcance e perfil do público.
- Compra, negociação, contratação e veiculação de mídia em veículos diversos.
- Acompanhamento e comprovação da veiculação publicitária.
- Relatórios de desempenho, métricas e otimização de campanhas.
- Gestão de impulsionamento e campanhas patrocinadas em plataformas digitais.

ROTINA 5 – Atendimento, Acompanhamento e Relatórios

- Atendimento contínuo e consultivo às demandas da Administração.
- Reuniões periódicas de alinhamento e apresentação de propostas.
- Elaboração de relatórios gerenciais, cronogramas, métricas e resultados de campanhas.
- Atendimento a demandas emergenciais e gestão de crises de imagem.
- Prestação de contas mensal dos serviços prestados e dos recursos aplicados.

ROTINA 6 – Pesquisa e Avaliação de Resultados

- Proposição de pesquisas de opinião pública, recall e avaliação de imagem.
- Análise de desempenho das campanhas e estratégias empregadas.
- Sugestão de ajustes com base nos dados levantados.

8.3.2. Essas rotinas deverão ser desempenhadas pela agência contratada, sempre em alinhamento com os objetivos estratégicos do órgão público, a legislação vigente e os princípios da publicidade de interesse público.

8.4. Informações relevantes para o dimensionamento da proposta

8.4.1. O objeto dessa contratação não detém de especificidades para o dimensionamento da proposta de preços.

8.5. Materiais a serem disponibilizados

8.5.1. Para a perfeita execução dos serviços, a Contratada deverá disponibilizar os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, nas quantidades e qualidades necessárias à execução do serviço.

8.6. Garantia do serviço

8.6.1. O prazo de garantia contratual dos serviços é aquele estabelecido na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

9. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

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

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

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

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

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

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

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

9.7.1. O fiscal do contrato anotar no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º).

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

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

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

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

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

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

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

9.9. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência.

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

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

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

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

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

10. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO

10.1. Recebimento

10.1.1. Os serviços serão recebidos provisoriamente, no prazo de 05 (cinco) dias, contado do atesto na nota fiscal, pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, mediante termo detalhado, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico.

10.1.1.1. O contratante realizará inspeção minuciosa de todos os serviços executados, por meio de profissionais técnicos competentes, acompanhados dos profissionais encarregados pelo serviço, com a finalidade de verificar a adequação dos serviços e constatar e relacionar os arremates, retoques e revisões finais que se fizerem necessários.

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

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

10.1.1.2. No prazo supracitado para o recebimento provisório, cada fiscal ou a equipe de fiscalização deverá elaborar Relatório Circunstanciado em consonância com suas atribuições, e encaminhá-lo ao gestor do contrato.

10.1.2. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, devendo ser corrigidos/refeitos/substituídos no prazo designado na notificação, a contar da data de recebimento desta, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

10.1.3. Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de 05 (cinco) dias, contados do recebimento provisório, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, após a verificação da qualidade e quantidade do serviço e consequente aceitação mediante termo detalhado, obedecendo as seguintes diretrizes:

10.1.3.1. Realizar a análise dos relatórios e de toda a documentação apresentada pela fiscalização e, caso haja irregularidades que impeçam a liquidação e o pagamento da despesa, indicar as cláusulas contratuais pertinentes, solicitando à CONTRATADA, por escrito, as respectivas correções;

10.1.3.2. Emitir Termo Circunstanciado para efeito de recebimento definitivo dos serviços prestados, com base nos relatórios e documentações apresentadas; e

10.1.4. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

10.2. Liquidação

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

10.2.2. 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:

10.2.2.1.o prazo de validade;

10.2.2.2.a data da emissão;

10.2.2.3.os dados do contrato e do órgão contratante;

10.2.2.4.o valor a pagar; e

10.2.2.5.eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

10.2.3. 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;

10.2.4. A nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente deverá ser obrigatoriamente acompanhado da comprovação da regularidade fiscal.

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

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

10.2.7. 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.

10.2.8. 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.

10.2.9. 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.

10.3. Prazo de pagamento

10.3.1. O pagamento será efetuado no prazo de até 30 (trinta) dias contados da finalização da liquidação da despesa.

10.3.2. 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 IPC-A de correção monetária.

10.4. Forma de pagamento

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

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

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

10.4.4. 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.

10.4.5. 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.

11. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO E REGIME DE EXECUÇÃO

11.1. Forma de seleção e critério de julgamento da proposta

11.1.1. O contratado será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, na modalidade PREGÃO, sob a forma ELETRÔNICA, com fundamento no art. 28, inciso I c/c art. 36, §1º, inciso I da Lei n.º 14.133/2021, que culminará com a seleção da melhor proposta de **Técnica e Preço**.

11.2. Regime de execução

11.2.1. O regime de execução do contrato será o de **Empreitada por Preço Global**.

11.3. Exigências de Habilitação

11.3.1. As exigências de habilitação são as usuais para a generalidade dos objetos, conforme disciplinado no Edital concernente à essa contratação.

11.4. Justificativa da exigência de qualificação econômico-financeira:

11.4.1. A exigência de qualificação econômico-financeira para a contratação de agência de propaganda especializada justifica-se pela necessidade de assegurar que a futura contratada disponha de solidez financeira mínima para executar os serviços de forma contínua, regular e com qualidade, sem risco de paralisações ou descumprimento das obrigações contratuais.

11.4.2. Considerando que o objeto envolve a realização de campanhas institucionais de interesse público, com potencial de alta demanda em períodos críticos (como campanhas de saúde, educação, prestação de contas e comunicação emergencial), torna-se indispensável que a agência contratada possua capacidade de arcar com custos operacionais e antecipar despesas, como produção gráfica, aquisição de espaços de mídia e contratação de serviços acessórios, muitas vezes a serem reembolsados posteriormente pela Administração.

11.4.3. A ausência de comprovação de qualificação econômico-financeira poderia gerar riscos de inadimplemento, atrasos na execução ou até descontinuidade dos serviços, comprometendo a efetividade da comunicação institucional e o dever de publicidade da Administração. Além disso, assegura-se tratamento isonômico entre os licitantes, ao estabelecer parâmetros objetivos de saúde financeira que garantam competitividade, mas evitem a participação de empresas incapazes de cumprir plenamente o contrato.

11.4.4. Dessa forma, a exigência de documentos como certidão negativa de falência e recuperação judicial, bem como de índices contábeis de liquidez e endividamento, está diretamente relacionada à natureza do objeto e à necessidade de mitigar riscos,

sendo medida proporcional, razoável e indispensável para resguardar o interesse público e a boa execução contratual.

11.5. Justificativa da exigência de qualificação técnica:

11.5.1. A exigência de qualificação técnica no presente certame fundamenta-se na natureza do objeto a ser contratado, qual seja, a prestação de serviços publicitários de caráter institucional, estratégico e contínuo, nos termos da Lei nº 12.232/2010. Tais serviços possuem relevância ímpar para a Administração Pública, uma vez que envolvem o estudo, planejamento, concepção, criação, execução, intermediação e distribuição de campanhas e peças publicitárias voltadas à informação, orientação e promoção de ações institucionais, que demandam elevado grau de especialização.

11.5.2. A qualificação técnica busca assegurar que a agência licitante disponha de experiência prévia comprovada na execução de serviços de complexidade equivalente, garantindo que a futura contratada seja efetivamente capaz de atender às necessidades específicas do Município. Essa exigência é medida indispensável para resguardar o interesse público, pois a ausência de comprovação de aptidão técnica poderia resultar em campanhas ineficazes, inadequadas ao contexto local ou em prejuízos à comunicação institucional.

11.5.3. Além disso, a exigência de comprovação da experiência da equipe técnica, aliada à demonstração de capacidade operacional, proporciona maior segurança quanto à qualidade do serviço a ser entregue. Esse requisito coaduna-se com a própria natureza intelectual e especializada dos serviços publicitários, cuja execução depende de conhecimentos técnicos específicos em áreas como planejamento de comunicação, design, redação publicitária, mídia e produção audiovisual.

11.5.4. O Tribunal de Contas da União (TCU), em diversos acórdãos, já reconheceu a pertinência da exigência de qualificação técnica como instrumento legítimo para assegurar a seleção de licitantes com efetiva capacidade de execução, desde que observados os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade (ex.: Acórdão nº 1.214/2013-Plenário). Nesse sentido, a previsão contida no Termo de Referência encontra-se devidamente fundamentada, não representando restrição indevida à competitividade, mas, sim, requisito essencial para a proteção da Administração e da coletividade.

11.5.5. Portanto, a exigência de qualificação técnica mostra-se medida necessária, adequada e proporcional, garantindo que a agência de propaganda contratada disponha da expertise e dos meios técnicos indispensáveis para executar, de maneira eficaz e contínua, os serviços de comunicação institucional, em conformidade com o interesse público e com as normas aplicáveis.

11.6. Justificativa do impedimento da participação de consórcio:

11.6.1. O impedimento da participação de empresas reunidas em consórcio na presente licitação justifica-se em razão das peculiaridades do objeto, que envolve a contratação de agência de propaganda especializada para prestação de serviços de comunicação institucional de caráter contínuo, integrado e indivisível.

11.6.2. A natureza do contrato exige que a agência contratada atue de forma única, coesa e centralizada, coordenando todas as etapas do processo de comunicação – desde o estudo e planejamento até a criação, execução e veiculação das campanhas. A participação de consórcios poderia comprometer essa unidade, ocasionando dificuldades de padronização, dispersão de responsabilidades, entraves na execução contratual e maiores riscos de conflitos operacionais entre empresas consorciadas.

11.6.3. Ademais, a Lei nº 12.232/2010, que disciplina especificamente as contratações de serviços publicitários pela Administração Pública, estabelece critérios técnicos e responsabilidades próprias para a agência contratada, o que reforça a necessidade de atuação direta de uma única pessoa jurídica, capaz de responder integralmente pelo contrato e pela qualidade dos serviços prestados.

11.6.4. Outro ponto a ser considerado é que a vedação a consórcios contribui para a eficiência do processo licitatório, evitando a formação de grupos artificiais que poderiam restringir a competitividade, encarecer os custos de transação e dificultar a fiscalização e a gestão contratual pela Administração.

11.6.5. Assim, o impedimento de participação de empresas em consórcio está diretamente relacionado à necessidade de garantir padronização, eficiência, economicidade e clareza na atribuição de responsabilidades, resguardando o interesse público e assegurando a execução plena e contínua das ações de comunicação institucional do Município.

12. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

12.1. O custo estimado total da contratação é de **R\$ 381.400,00 (Trezentos e oitenta e um mil e quatrocentos reais)**, conforme custos unitários apostos na planilha disposta nesse Termo de Referência.

13. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

13.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados na Lei Orçamentária Municipal.

13.2. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

Gestão/Unidade: Gabinete da Prefeita

Fonte de Recursos: 15000000000 – Receita não vinculados de imposto

Programa de Trabalho: 0201 04 122 0002 2.002 – Gestão e Manut das Ativ. do Gabinete da Prefeita

Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00

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

14. ANEXO

14.1. Briefing de Comunicação.

15. LOCAL E DATA:

Pires Ferreira/CE, 12 de agosto de 2025.

16. RESPONSÁVEL(EIS):

Antônia Laiane Gomes Alves

Responsável pelo Planejamento das Contratações Administrativas

BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Campanha Institucional – "Pires Ferreira é de Todos Nós"

1. Contexto Geral

Nos últimos anos, a Prefeitura de Pires Ferreira tem investido significativamente na melhoria e modernização dos equipamentos públicos – escolas, praças, postos de saúde, ginásios, quadras esportivas, areninhas, entre outros. No entanto, ainda se observa certa resistência de parte da população em compreender esses espaços como bens coletivos que exigem o cuidado de todos.

Além da manutenção física, é fundamental cultivar uma cultura cidadã de pertencimento, cuidado e valorização do que é público.

2. Objetivo da Campanha

Promover uma campanha institucional que empodere o cidadão pires-ferreirense como corresponsável pelo zelo e preservação dos equipamentos públicos, reforçando a ideia de que esses espaços são construídos para e por todos — e, portanto, devem ser cuidados não só pela administração pública, mas pela coletividade.

3. Público-Alvo

População em geral, com atenção especial às seguintes faixas:
Jovens e estudantes (com foco em ações nas escolas e redes sociais)
Pais, professores e lideranças comunitárias
Comerciantes e profissionais locais

4. Mensagem Central (Conceito)

"Pires Ferreira é de Todos Nós"

Cuidar dos nossos espaços públicos é também cuidar da nossa cidade, do nosso futuro e de nós mesmos. O que é de todos, é responsabilidade de cada um.

5. Tom e Estilo

Inspirador, empático, comunitário
Positivo, com enfoque em pertencimento e orgulho local
Visualmente vibrante e humanizado (com rostos reais da cidade)
Evitar tom punitivo ou acusatório; trabalhar com exemplos do bem

7. Entregas Esperadas

Offline:

Cartazes e faixas para escolas, praças e prédios públicos
Spots de rádio (30s e 60s)
Outdoor institucional com linguagem emocional

Online:

Vídeo (até 1 minuto) com narrativa impactante e trilha emocional
Vídeo (15s/30s) para redes sociais (Instagram, Facebook, TikTok)
Cards com frases de efeito e dados de investimentos públicos
Stories com enquetes e interações com a população

7. Argumentos-Chave

O bem público é um investimento coletivo.
Quanto mais cuidamos, mais recursos sobram para novos investimentos.
Destruir ou depredar é prejudicar o vizinho, a família, a cidade.
Cuidar é um ato de amor, respeito e pertencimento.

9. Prazo Desejado

Lançamento da campanha: próximos 30 dias, com duração inicial de 60 dias, podendo ser desdobrada ao longo do ano em ações educativas contínuas.

9. Observações Adicionais

Incluir representatividade (crianças, idosos, servidores, jovens).
Utilizar imagens reais dos espaços públicos do município.
Integrar a identidade visual da Prefeitura e o slogan "Cada vez melhor".

Material deve seguir a legislação vigente e normas de publicidade institucional.

ANEXO II PLANILHA DE CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS

À Prefeitura Municipal de Pires Ferreira/CE.

Prezado(a) Pregoeiro(a),

Apresento nossa proposta de preços referente ao Concorrência Eletrônica Nº **PMPF.01.200825.01.CE/GAB**, que versa sobre a **contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços publicitários, nos termos da Lei nº 12.232/2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas com o objetivo de estudar, planejar, conceber, criar, executar, intermediar e distribuir publicidade com foco em informar, educar, orientar e promover ações institucionais aos públicos de interesse da administração pública do Município de Pires Ferreira/CE**, conforme se segue.

Informo inteira submissão às cláusulas e condições existentes no Edital de Licitação Eletrônica e Termo de Referência, como também aos ditames das Leis e Decretos que regem este procedimento administrativo.

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	UNIDADE	QTD	PREÇO UNITÁRIO (R\$)	PREÇO TOTAL (R\$)
1					

Valor global da Proposta: _____ (_____)

Validade da Proposta:

Razão Social:

CNPJ e Inscrição Estadual:

Endereço Comercial:

Telefone/E-mail:

Banco, Agência e nº da Conta:

Nome do Representante:

CPF/RG:

Declaro que os preços contidos nesta proposta incluem todos os custos e despesas, tais como e sem se limitar a: custos diretos e indiretos, tributos incidentes, taxas de administração, materiais, serviços, encargos sociais, seguros, bem como todos os encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, fretes e quaisquer outros que incidam direta ou indiretamente na execução do objeto desta.

Há pleno acordo com todas as condições estabelecidas neste edital e seus anexos.

Local/data

Identificação e Assinatura do Responsável ou seu Representante Legal

**ANEXO III
MINUTA CONTRATUAL**

TERMO DE CONTRATO Nº - / , QUE FAZEM ENTRE SI O MUNICÍPIO DE PIRES FERREIRA/CE, ATRAVÉS DA SECRETARIA MUNICIPAL DE -----, COM (RAZÃO SOCIAL DA CONTRATADA), PARA O FIM QUE A SEGUIR SE DECLARA.

A Prefeitura do Município de Pires Ferreira/CE, com sede no endereço: Rua Maria Antusa Soares Passos, SN, Centro, inscrita no CNPJ/MF nº 10.462.208/0001-86, através da Secretaria Municipal de -----, representada, nesse caso, por (cargo ou função da autoridade competente), tendo como Autoridade Competente o(a) Sr.(a) (nome da autoridade competente), portador(a) do CPF nº 000.000.000-00, doravante denominada CONTRATANTE, com (Razão Social da Contratada), situada no endereço: (descrever endereço completo), inscrita no CNPJ/MF nº 00.000.000/0001-00, doravante denominada de CONTRATADA, nesse ato representada por (nome do representante legal da contratada), portador(a) do CPF/MF nº 000.000.000-00, resolvem celebrar o presente Termo de Contrato, mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas.

1. CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO

1.1. O objeto do presente instrumento é a **contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços publicitários, nos termos da Lei nº 12.232/2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas com o objetivo de estudar, planejar, conceber, criar, executar, intermediar e distribuir publicidade com foco em informar, educar, orientar e promover ações institucionais aos públicos de interesse da administração pública do Município de Pires Ferre/CE**, nas condições estabelecidas no Termo de Referência.

1.2. Atividades do Objeto:

1.2.1. [...]

1.2.2. [...]

1.3. São anexos a este instrumento e vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

1.3.1. O Termo de Referência que embasou a contratação;

1.3.2. O Edital do **Concorrência Eletrônica nº PMPF.01.200825.01.CE/GAB**;

1.3.3. A Proposta do Contratado;

1.3.4. Eventuais anexos dos documentos supracitados.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO.

2.1. O prazo de vigência da contratação é de **1 (um) ano**, contados da data da sua assinatura, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021.

2.1.1. O serviço é enquadrado como continuado tendo em vista que são de necessidade cotidiana no uso das atividades precípuas para o funcionamento da máquina pública, sendo a vigência plurianual mais vantajosa considerando o Estudo Técnico Preliminar.

2.1.2. 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, atentando, ainda, para o cumprimento dos seguintes requisitos:

a) Estar formalmente demonstrado no processo que a forma de prestação dos serviços tem natureza continuada;

b) Seja juntado relatório que discorra sobre a execução do contrato, com informações de que os serviços tenham sido prestados regularmente;

c) Seja juntada justificativa e motivo, por escrito, de que a Administração mantém interesse na realização do serviço;

d) Haja manifestação expressa do contratado informando o interesse na prorrogação;

e) Seja comprovado que o contratado mantém as condições iniciais de habilitação.

2.1.3. O contratado não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

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

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

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

3. CLÁUSULA TERCEIRA – MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS

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

4. CLÁUSULA QUARTA - SUBCONTRATAÇÃO

4.1. As condições de subcontratação constam no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

5. CLÁUSULA QUINTA – PREÇO, MEDIÇÃO E PAGAMENTO

5.1. PREÇO

5.1.1. O valor mensal da contratação é de **R\$..... (.....)**, perfazendo o total de **R\$..... (.....)**.

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

5.1.3. O pagamento será realizado apenas dos serviços efetivamente fornecidos.

5.2. RECEBIMENTO

5.2.1. Os serviços serão recebidos provisoriamente, no prazo de 05 (cinco) dias, contado do atesto na nota fiscal, pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, mediante termo detalhado, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico.

5.2.1.1. O contratante realizará inspeção minuciosa de todos os serviços executados, por meio de profissionais técnicos competentes, acompanhados dos profissionais encarregados pelo serviço, com a finalidade de verificar a adequação dos serviços e constatar e relacionar os arremates, retoques e revisões finais que se fizerem necessários.

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

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

5.2.1.2. No prazo supracitado para o recebimento provisório, cada fiscal ou a equipe de fiscalização deverá elaborar Relatório Circunstanciado em consonância com suas atribuições, e encaminhá-lo ao gestor do contrato.

5.2.2. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, devendo ser corrigidos/refeitos/substituídos no prazo designado na notificação, a contar da data de recebimento desta, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

5.2.3. Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de 05 (cinco) dias, contados do recebimento provisório, por servidor ou comissão designada pela autoridade

competente, após a verificação da qualidade e quantidade do serviço e consequente aceitação mediante termo detalhado, obedecendo as seguintes diretrizes:

5.2.3.1. Realizar a análise dos relatórios e de toda a documentação apresentada pela fiscalização e, caso haja irregularidades que impeçam a liquidação e o pagamento da despesa, indicar as cláusulas contratuais pertinentes, solicitando à CONTRATADA, por escrito, as respectivas correções;

5.2.3.2. Emitir Termo Circunstanciado para efeito de recebimento definitivo dos serviços prestados, com base nos relatórios e documentações apresentadas; e

5.2.4. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

5.3. LIQUIDAÇÃO

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

5.3.2. 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:

5.3.2.1. o prazo de validade;

5.3.2.2. a data da emissão;

5.3.2.3. os dados do contrato e do órgão contratante;

5.3.2.4. o valor a pagar; e

5.3.2.5. eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

5.3.3. 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;

5.3.4. A nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente deverá ser obrigatoriamente acompanhado da comprovação da regularidade fiscal.

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

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

5.3.7. 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.

5.3.8. 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.

5.3.9. 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.

5.4. PRAZO DE PAGAMENTO

5.4.1. O pagamento será efetuado no prazo de até 30 (trinta) dias contados da finalização da liquidação da despesa.

5.4.2. 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 IPC-A de correção monetária.

5.5. FORMA DE PAGAMENTO

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

5.5.2. Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem

bancária para pagamento.

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

5.5.4. 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.

5.5.5. 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.

6. CLÁUSULA SEXTA - REAJUSTE

6.1. Os preços inicialmente contratados são fixos e irrevogáveis no prazo de um ano contado da data do orçamento estimado.

6.2. Após o interregno de um ano, e independentemente de pedido do Contratado, os preços iniciais serão reajustados, mediante a aplicação, pelo Contratante, do índice IPC-A, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

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

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

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

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

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

6.8. O reajuste será realizado por termo aditivo ou apostilamento.

7. CLÁUSULA SÉTIMA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

7.1. São obrigações do Contratante:

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

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

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

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

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

7.1.6. Aplicar ao Contratado sanções motivadas pela inexecução total ou parcial do Contrato;

7.1.7. Cientificar o órgão de representação judicial da Administração para adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento de obrigações pelo Contratado;

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

7.1.8.1. Concluída a instrução do requerimento, a Administração terá o prazo de até 15 (quinze) dias úteis para decidir, admitida a prorrogação motivada por igual período;

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

8. CLÁUSULA OITAVA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO

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

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

8.1.2. Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal ou gestor do contrato ou autoridade superior (art. 137, II) e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados;

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

8.1.4. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990), bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo Contratante, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida no edital, o valor correspondente aos danos sofridos;

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

8.1.6. O contratado deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, até o dia trinta do mês seguinte ao da prestação dos serviços, os seguintes documentos: 1) prova de regularidade relativa à Seguridade Social; 2) certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União; 3) certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Municipal ou Distrital do domicílio ou sede do contratado; 4) Certidão de Regularidade do FGTS – CRF; e 5) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;

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

8.1.8. Comunicar ao Fiscal do contrato, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique no local dos serviços.

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

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

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

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

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

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

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

8.1.16. Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação (art. 116);

8.1.17. Comprovar a reserva de cargos a que se refere a cláusula acima, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas (art. 116, parágrafo único);

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

8.1.19. 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;

8.1.20. Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas de segurança do Contratante.

9. CLÁUSULA NONA- OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD

9.1. As partes deverão cumprir a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD), quanto a todos os dados pessoais a que tenham acesso em razão do certame ou do contrato administrativo que eventualmente venha a ser firmado, a partir da apresentação da proposta no procedimento de contratação, independentemente de declaração ou de aceitação expressa.

9.2. Os dados obtidos somente poderão ser utilizados para as finalidades que justificaram seu acesso e de acordo com a boa-fé e com os princípios do art. 6º da LGPD.

9.3. É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei.

9.4. A Administração deverá ser informada no prazo de 5 (cinco) dias úteis sobre todos os contratos de suboperação firmados ou que venham a ser celebrados pelo Contratado.

9.5. Terminado o tratamento dos dados nos termos do art. 15 da LGPD, é dever do contratado eliminá-los, com exceção das hipóteses do art. 16 da LGPD, incluindo aquelas em que houver necessidade de guarda de documentação para fins de comprovação do cumprimento de obrigações legais ou contratuais e somente enquanto não prescritas essas obrigações.

9.6. É dever do contratado orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.

9.7. O Contratado deverá exigir de suboperadores e subcontratados o cumprimento dos deveres da presente cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.

9.8. O Contratante poderá realizar diligência para aferir o cumprimento dessa cláusula, devendo o Contratado atender prontamente eventuais pedidos de comprovação formulados.

9.9. O Contratado deverá prestar, no prazo fixado pelo Contratante, prorrogável justificadamente, quaisquer informações acerca dos dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.

9.10. Bancos de dados formados a partir de contratos administrativos, notadamente aqueles que se proponham a armazenar dados pessoais, devem ser mantidos em ambiente virtual controlado, com registro individual rastreável de tratamentos realizados (LGPD, art. 37), com cada acesso, data, horário e registro da finalidade, para efeito de responsabilização, em caso de eventuais omissões, desvios ou abusos.

9.10.1. Os referidos bancos de dados devem ser desenvolvidos em formato interoperável, a fim de garantir a reutilização desses dados pela Administração nas hipóteses previstas na LGPD.

9.11. O contrato está sujeito a ser alterado nos procedimentos pertinentes ao tratamento de dados pessoais, quando indicado pela autoridade competente, em especial a ANPD por meio de opiniões técnicas ou recomendações, editadas na forma da LGPD.

10. CLÁUSULA DÉCIMA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

10.1. Não haverá exigência de garantia contratual.

11. CLÁUSULA PRIMEIRA – INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato;
- d) deixar de entregar a documentação exigida para o certame;
- e) não mantiver a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- f) não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

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

h) apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a dispensa eletrônica ou execução do contrato;

i) fraudar a contratação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

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

k) praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos do certame;

l) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

11.2. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas acima descritas as seguintes sanções:

i) **Advertência**, quando o Contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei);

ii) **Impedimento de licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas b, c, d, e, f e g do subitem supra deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §4º, da Lei);

iii) **Declaração de inidoneidade para licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas h, i, j, k e l do subitem supra deste Contrato, bem como nas alíneas b, c, d, e, f e g, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei);

iv) **Multa**, recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato, proporcional à gravidade da infração demonstrada em processo administrativo.

11.3. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º)

11.4. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º).

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

11.4.2. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada, se houver, ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º).

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

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

11.6. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º):

a) a natureza e a gravidade da infração cometida;

b) as peculiaridades do caso concreto;

c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

d) os danos que dela provierem para o Contratante;

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

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

11.8. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160)

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

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

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA EXTINÇÃO CONTRATUAL

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

12.3.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

12.3.3. Indenizações e multas.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

13.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados na Lei Orçamentária Anual, na dotação abaixo discriminada:

*Gestão/Unidade: **Gabinete da Prefeita***

*Fonte de Recursos: **1500000000 – Receita não vinculados de imposto***

*Programa de Trabalho: **0201 04 122 0002 2.002 – Gestao e Manut das Ativ. do Gabinete da Prefeita***

*Elemento de Despesa: **3.3.90.39.00***

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

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DOS CASOS OMISSOS

14.1. Os casos omissos serão decididos pelo CONTRATANTE, segundo as disposições contidas na Lei nº 14.133, de 2021, e demais normas 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.

1.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – ALTERAÇÕES

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

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

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

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

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – PUBLICAÇÃO

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

17. CLÁUSULA DÉCIMA SETIMA – FORO

17.1. É eleito o Foro da Comarca Judicial da sede do Contratante para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não possam ser compostos pela conciliação, conforme art. 92, §1º da Lei nº 14.133/21.

_____/CE, ____ de _____ de 20____.

(assinatura do representante legal da contratante)

(Nome do Signatário)

(Cargo ou Função)

CONTRATANTE

(assinatura do(s) representante(s) legal(s) da empresa contratada)

(Nome do Signatário)

(razão social da empresa contratada)

CONTRATADA

TESTEMUNHA

NOME

CPF:

TESTEMUNHA

NOME

CPF:

ANEXO IV
ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR – ETP

1. INFORMAÇÕES BÁSICAS

O presente documento caracteriza a primeira etapa da fase de planejamento e apresenta os devidos estudos para a contratação de solução que atenderá à necessidade nele especificada.

O objetivo principal é estudar detalhadamente a necessidade e identificar no mercado a melhor solução para supri-la, em observância às normas vigentes e aos princípios que regem a Administração Pública.

2. OBJETIVO DA CONTRATAÇÃO

O presente ETP tem como objetivo: **Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços publicitários, nos termos da Lei nº 12.232/2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas com o objetivo de estudar, planejar, conceber, criar, executar, intermediar e distribuir publicidade com foco em informar, educar, orientar e promover ações institucionais aos públicos de interesse da administração pública do Município de Pires Ferreira/CE.**

As atividades a seguir são organizadas em rotinas, que englobam as etapas fundamentais para a prestação dos serviços.

ROTINA 1 – Planejamento e Estudo Estratégico de Comunicação

- Levantamento e diagnóstico de comunicação e imagem institucional.
- Análise do público-alvo, canais de mídia e oportunidades de comunicação.
- Elaboração de plano de comunicação publicitária.
- Formulação de estratégias de campanhas, segmentação de público, definição de linguagem e escolha de mídias.
- Apresentação de propostas conceituais e justificativas técnicas.

ROTINA 2 – Criação e Produção Publicitária

- Criação de campanhas institucionais, educativas e promocionais.
- Desenvolvimento de conceitos, roteiros, peças gráficas, spots, jingles, vídeos, posts, animações e demais produtos de comunicação.
- Adaptação de peças para diferentes mídias (TV, rádio, jornal, revista, internet, mídia exterior etc.).
- Criação e acompanhamento de identidade visual de campanhas.
- Desenvolvimento de materiais para redes sociais e ambientes digitais.

ROTINA 3 – Execução Técnica e Produção Gráfica e Audiovisual

- Produção gráfica de impressos: folders, cartazes, outdoors, faixas, brindes etc.
- Produção de áudio: jingles, spots e vinhetas.
- Produção de vídeo: filmes publicitários, documentários, vídeos institucionais e animações.
- Produção para mídias digitais: banners, vídeos para redes, filtros, QR codes, podcasts, entre outros.
- Supervisão técnica e controle de qualidade da produção executada.

ROTINA 4 – Mídia e Distribuição

- Planejamento de mídia (on-line e off-line) com base em dados de audiência, alcance e perfil do público.
- Compra, negociação, contratação e veiculação de mídia em veículos diversos.
- Acompanhamento e comprovação da veiculação publicitária.
- Relatórios de desempenho, métricas e otimização de campanhas.
- Gestão de impulsionamento e campanhas patrocinadas em plataformas digitais.

ROTINA 5 – Atendimento, Acompanhamento e Relatórios

- Atendimento contínuo e consultivo às demandas da Administração.
- Reuniões periódicas de alinhamento e apresentação de propostas.
- Elaboração de relatórios gerenciais, cronogramas, métricas e resultados de campanhas.
- Atendimento a demandas emergenciais e gestão de crises de imagem.
- Prestação de contas mensal dos serviços prestados e dos recursos aplicados.

ROTINA 6 – Pesquisa e Avaliação de Resultados

- Proposição de pesquisas de opinião pública, recall e avaliação de imagem.
- Análise de desempenho das campanhas e estratégias empregadas.
- Sugestão de ajustes com base nos dados levantados.

Essas rotinas deverão ser desempenhadas pela agência contratada, sempre em alinhamento com os objetivos estratégicos do órgão público, a legislação vigente e os princípios da publicidade de interesse público.

3. ÁREA REQUISITANTE

Prefeitura Municipal de Pires Ferreira, através do gabinete da Prefeita, tendo como responsável a Ordenadora de Despesas a Sra. Lunara Araujo Pinto

4. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

A Administração Pública do Município de Pires Ferreira/CE identifica a necessidade de contratação de agência de propaganda, nos termos da Lei nº 12.232/2010, com vistas à execução de serviços especializados de publicidade. Essa demanda está intrinsecamente relacionada ao interesse público, uma vez que a comunicação institucional constitui instrumento essencial para garantir a transparência dos atos administrativos, a efetividade das políticas públicas e a aproximação da gestão municipal com a sociedade.

A contratação visa assegurar o suporte técnico-profissional necessário para o desenvolvimento de campanhas que envolvam o estudo, planejamento, concepção, criação, execução, intermediação e distribuição de peças publicitárias. Tais atividades terão foco em informar, educar, orientar e promover ações institucionais de relevância social, alcançando públicos estratégicos e garantindo a correta difusão de informações sobre programas, projetos e serviços disponibilizados à população.

A atividade publicitária, quando aplicada à gestão pública, envolve não apenas a criação de peças visuais ou sonoras, mas, sobretudo, a elaboração estratégica de campanhas a partir de estudos, planejamentos e concepções técnicas que demandam conhecimento específico, criatividade, análise crítica e aplicação de metodologias próprias da área de comunicação. Essas atividades, pela sua complexidade e relevância, enquadram-se como serviços especializados de natureza predominantemente intelectual, não podendo ser supridas pela estrutura administrativa interna, que não dispõe de equipe com formação, expertise e instrumentos necessários.

Além disso, trata-se de serviço de execução continuada, uma vez que a necessidade de informar, educar, orientar e promover ações institucionais junto à população não se restringe a momentos isolados, mas ocorre de forma permanente, acompanhando a rotina da Administração e as diversas políticas públicas implementadas. Esse caráter contínuo garante a manutenção do fluxo de comunicação institucional, a atualização das informações prestadas aos cidadãos e a efetividade no cumprimento do dever de publicidade dos atos oficiais.

Considerando que a Administração não dispõe de estrutura técnica própria, nem de corpo profissional especializado em comunicação publicitária, torna-se imperativa a contratação de agência que possua a expertise e os meios adequados para atender às necessidades de comunicação social. Com isso, será possível potencializar a eficácia das campanhas, ampliar o alcance das mensagens oficiais, fortalecer a imagem institucional do Município e cumprir o dever constitucional de dar publicidade e transparência a todos os atos da gestão pública.

Assim, a contratação justifica-se pela imperiosa necessidade de assegurar meios técnicos e intelectuais qualificados para viabilizar campanhas e peças publicitárias que expressem de maneira clara, ética e eficiente as ações governamentais, fortalecendo a transparência, a credibilidade institucional entre o Poder Público Municipal e os cidadãos, contribuindo para a promoção da cidadania e para o fortalecimento da confiança social na Administração.

5. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Natureza da Contratação:

O objeto a ser contratado nesse plano enquadra-se na categoria de **serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual**, de natureza **continuada**, em conformidade com o disposto na Lei Federal nº 14.133/21, por possuir padrões de desempenho e características gerais e específicas, usualmente encontradas no mercado.

Duração do Contrato:

O prazo de vigência da contratação é de **1 (um) ano**, contado da data da sua assinatura, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021. O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à prorrogação contratual.

Requisitos Necessários:

Para a adequada execução dos serviços de publicidade institucional, a agência de propaganda a ser contratada deverá atender aos seguintes requisitos:

Especialização técnica – Comprovar capacidade técnica compatível com o objeto, incluindo experiência prévia em serviços de publicidade institucional e campanhas de interesse público.

Equipe multidisciplinar – Disponibilizar profissionais qualificados nas áreas de planejamento, redação publicitária, design gráfico, mídia, produção audiovisual, marketing digital e atendimento.

Infraestrutura adequada – Possuir recursos tecnológicos, equipamentos e sistemas necessários para criação, execução e monitoramento das campanhas em diferentes mídias (tradicionais e digitais).

Conformidade legal e ética – Atuar em consonância com a legislação aplicável, respeitando os princípios da Administração Pública, a ética profissional e as diretrizes de acessibilidade e inclusão digital.

Capacidade de execução – Demonstrar condições de atender de forma contínua e eficaz às demandas do Município, com disponibilidade de atendimento em prazos compatíveis com a urgência e relevância de cada ação.

Gestão e relatórios – Apresentar relatórios de desempenho das campanhas realizadas, incluindo indicadores de alcance, efetividade e economicidade, assegurando mecanismos de avaliação pela Administração.

Responsabilidade contratual – Assumir a obrigação de correção de inconsistências, defeitos ou falhas nos serviços prestados, arcando com os custos decorrentes de sua execução inadequada.

Relevância dos Requisitos Estipulados:

A definição dos requisitos para a contratação de agência de propaganda é de fundamental importância para assegurar que os serviços publicitários a serem prestados atendam plenamente às necessidades da Administração Pública e ao interesse coletivo. A exigência de especialização técnica garante que a agência selecionada atue em conformidade com padrões de qualidade reconhecidos no setor, reduzindo riscos de contratações inadequadas ou de resultados insatisfatórios.

A presença de equipe multidisciplinar qualificada é igualmente relevante, pois permite que a comunicação institucional seja tratada de forma integrada, com profissionais aptos a elaborar desde o planejamento estratégico até a execução final das campanhas em múltiplas plataformas. Da mesma forma, a exigência de infraestrutura tecnológica adequada assegura a capacidade de atender tanto às mídias tradicionais quanto às digitais, ampliando o alcance das ações governamentais.

A estipulação de conformidade legal, ética e acessibilidade reforça a necessidade de que todas as peças publicitárias estejam alinhadas aos princípios da Administração Pública, garantindo clareza, objetividade, inclusão e respeito à cidadania. Já os requisitos relacionados à capacidade de execução e à apresentação de relatórios de desempenho são essenciais para garantir a eficiência, a transparência e o controle social sobre as ações realizadas.

Por fim, a previsão de responsabilidade contratual da agência evidencia a preocupação da Administração em assegurar a qualidade dos serviços, resguardando o interesse público contra falhas ou prejuízos. Assim, todos os requisitos estabelecidos são diretamente relevantes para viabilizar uma contratação segura, eficiente e capaz de cumprir os objetivos estratégicos de comunicação do Município.

Sustentabilidade:

A contratação de agência de propaganda especializada apresenta vantagens significativas no campo da sustentabilidade socioambiental, na medida em que possibilita a adoção de estratégias de comunicação que valorizem práticas responsáveis, reduzam impactos ambientais e incentivem a consciência coletiva em torno de temas socioambientais.

Entre os benefícios destacam-se a possibilidade de substituição de materiais impressos por mídias digitais, reduzindo o consumo de papel, tinta e insumos gráficos, bem como a geração de resíduos sólidos. A utilização de campanhas online, redes sociais e plataformas eletrônicas também contribui para ampliar o alcance das mensagens institucionais com menor impacto ambiental, além de promover maior acessibilidade da informação.

Outro aspecto relevante é a oportunidade de sensibilizar a população para boas práticas socioambientais por meio das campanhas desenvolvidas, estimulando condutas cidadãs relacionadas à preservação ambiental, ao consumo consciente e à gestão adequada de resíduos, em alinhamento com as políticas públicas de sustentabilidade do Município.

Quanto às medidas mitigadoras, recomenda-se que a agência priorize o uso de materiais recicláveis ou de menor impacto ambiental quando houver necessidade de produção impressa, adote processos produtivos menos poluentes e promova a otimização dos meios digitais para reduzir custos energéticos e de transporte. Além disso, a Administração poderá exigir relatórios que demonstrem as ações adotadas para mitigar impactos ambientais nas campanhas executadas.

Dessa forma, a contratação não apenas atende à necessidade institucional de comunicação, mas também reforça o compromisso da Administração Municipal com a sustentabilidade socioambiental, em consonância com os princípios da eficiência, da responsabilidade social e da preservação ambiental.

Vistoria:

Não há necessidade de realização de avaliação prévia do local de execução dos serviços.

Subcontratação:

Não é admitida a subcontratação do objeto contratual.

Garantia da contratação:

Não haverá exigência da garantia da contratação.

6. LEVANTAMENTO DE MERCADO

Para atender a demanda objeto desta contratação buscou-se outros tipos de solução disponíveis no mercado, que seriam:

Solução A – Estruturação de equipe própria de comunicação institucional

- **Descrição:** criação de núcleo interno de publicidade e comunicação, com servidores efetivos ou comissionados especializados.
- **Vantagens:** maior controle direto sobre o trabalho; alinhamento imediato às demandas da gestão; continuidade das ações sem depender de contratos.
- **Desvantagens:** inexistência de profissionais qualificados no quadro atual; necessidade de concurso público ou contratação complexa; custos elevados com capacitação, equipamentos e manutenção da estrutura; longo prazo para implementação, o que inviabiliza o atendimento imediato.

Solução B – Contratação pontual de profissionais autônomos

- **Descrição:** contratação avulsa de designers, jornalistas ou publicitários para demandas específicas.
- **Vantagens:** flexibilidade de escolha; custos reduzidos para serviços pontuais; agilidade em contratações emergenciais.
- **Desvantagens:** ausência de planejamento integrado; risco de perda de qualidade e de padronização; insegurança jurídica em contratações fragmentadas; não garante continuidade ou escala de produção necessária.

Solução C – Utilização de serviços e materiais de comunicação padronizados de órgãos governamentais

- **Descrição:** adoção de peças publicitárias e campanhas já estruturadas por órgãos federais ou estaduais, com adaptações locais.
- **Vantagens:** custo reduzido; utilização de material previamente elaborado e de qualidade reconhecida.
- **Desvantagens:** limitação à padronização fornecida; ausência de personalização para a realidade municipal; insuficiência no atendimento das demandas locais, sobretudo em campanhas institucionais próprias.

Solução D – Contratação de agência de propaganda especializada, por licitação na modalidade concorrência eletrônica do tipo técnica e preço

- **Descrição:** seleção de agência de propaganda para prestar serviços de publicidade institucional conforme a Lei nº 12.232/2010, por meio de **concorrência eletrônica do tipo técnica e preço**, que possibilita avaliar não apenas o valor ofertado, mas também a qualidade técnica das propostas apresentadas.
- **Vantagens:** atendimento integral e estratégico às necessidades do Município; equipe multidisciplinar com expertise comprovada; possibilidade de planejar e executar campanhas de grande alcance; garantia de qualidade, padronização e profissionalismo; conformidade com a legislação aplicável; modalidade de julgamento que privilegia o equilíbrio entre qualidade técnica e economicidade.

- **Desvantagens:** custo contratual mais elevado em comparação às soluções pontuais; maior complexidade no processo licitatório em razão das exigências técnicas, embora tal rigor seja necessário para garantir a adequação do objeto.

Justificativa da melhor solução

Dentre as alternativas analisadas, a **Solução D – Contratação de agência de propaganda especializada, por licitação na modalidade concorrência eletrônica do tipo técnica e preço**, apresenta-se como a mais adequada. Essa modalidade garante o equilíbrio entre economicidade e qualidade técnica, assegurando que o Município de Pires Ferreira/CE disponha de uma comunicação institucional profissional, planejada, eficaz e compatível com o interesse público.

As demais opções mostram-se insuficientes diante da complexidade e abrangência da demanda: a estruturação interna é onerosa e inviável no curto prazo; a contratação avulsa de profissionais autônomos carece de integração e continuidade; e o uso de materiais padronizados não atende às especificidades locais.

Assim, a escolha pela concorrência eletrônica do tipo técnica e preço com agência especializada garante maior eficiência, transparência e efetividade nas ações de publicidade institucional.

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

A solução mais adequada para atender às necessidades do Município de Pires Ferreira/CE consiste na **contratação de agência de propaganda especializada**, por meio de **licitação na modalidade concorrência eletrônica do tipo técnica e preço**, nos termos da legislação vigente. Essa opção se mostra a mais eficiente, pois garante à Administração um serviço especializado, planejado e executado com elevado padrão técnico, assegurando a conformidade com as exigências legais e a efetiva consecução do interesse público.

A agência contratada será responsável pelo desenvolvimento de um conjunto de atividades que abrange o estudo, planejamento, concepção, criação, execução, intermediação e distribuição de peças publicitárias. Essas ações visam informar, educar, orientar e promover iniciativas institucionais, fortalecendo a transparência da gestão pública, a aproximação com a sociedade e a divulgação de políticas, programas e serviços oferecidos pelo Município.

A escolha da modalidade concorrência eletrônica do tipo técnica e preço garante que o processo licitatório valorize não apenas o aspecto econômico, mas também a qualidade técnica das propostas, assegurando que a Administração selecione a agência que apresente o melhor equilíbrio entre custo e qualidade. Essa abordagem é fundamental para o êxito das campanhas, visto que a comunicação pública demanda alto nível de profissionalismo, criatividade e capacidade de alcance social.

Portanto, a adoção dessa solução permitirá ao Município implementar uma comunicação institucional estruturada, eficaz e ética, que cumpra o dever de publicidade dos atos administrativos, contribua para o exercício da cidadania e fortaleça a confiança da população na gestão municipal.

8. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

A Subcomissão Técnica, que será designada por portaria, formada nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.

Pela avaliação do conteúdo apresentado na Proposta Técnica, serão levados em conta pela Subcomissão, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos, em cada quesito ou subquesito:

Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária

Subquesito 1 – Raciocínio Básico

- A acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do município e do contexto de sua atuação;
- A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitárias identificadas;
- A assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária

- A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do município, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- A consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do município com seus públicos;
- A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- A capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o município, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

Subquesito 3 – Ideia Criativa

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

Subquesito 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia

- A adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

- A consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e dos planos de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital;
- A consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- A adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do município e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- O grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

Quesito 2 – Capacidade de Atendimento

- a) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do município, colocando-os à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da licitante;
- A funcionalidade do relacionamento operacional entre o município e a licitante, considerando a adequação dos prazos máximos, a operacionalidade, a segurança, o grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza e agilidade no atendimento às solicitações.

Quesito 3 – Repertório

- A originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças;
- A licitante poderá apresentar até 2 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: rádio, jornal, outdoor e redes sociais.

Será desclassificada a proposta que contiver vício insanável; que não obedecer às especificações técnicas pormenorizadas no edital ou apresentarem desconformidade com exigências do ato convocatório.

A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos:

PROPOSTA TÉCNICA	
QUESITOS E SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária	65
I. Raciocínio Básico	15
II. Estratégia de Comunicação Publicitária	15
III. Ideia Criativa	20
IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
2. Capacidade de Atendimento	20
I. Profissionais	10
II. Sistemática de Atendimento	10
3. Repertório	15

PONTUAÇÃO TOTAL	100
------------------------	-----

QUESITO 1 SUBQUESITO 1 RACIOCÍNIO BÁSICO	PONTUAÇÃO
Acuidade de compreensão das funções e do papel da Prefeitura de Lagoa Nova nos contextos social, político e econômico.	2
Da natureza, extensão e da qualidade das relações da Prefeitura de Lagoa Nova com seus públicos.	3
Das características da Prefeitura de Lagoa Nova e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	5
O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação postos pelo briefing.	5
PONTUAÇÃO TOTAL	15

QUESITO 1 SUBQUESITO 2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	PONTUAÇÃO
O entendimento das questões, a capacidade de articular o desafio de comunicação, a cobertura dos públicos-alvo, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível.	5
A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura de Lagoa Nova com seus diversos públicos.	5
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada na estratégia de comunicação.	5
PONTUAÇÃO TOTAL	15

QUESITO 1 SUBQUESITO 3 IDEIA CRIATIVA	PONTUAÇÃO
A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação.	5
Sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Lagoa Nova e à sua inserção na sociedade.	5
A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas.	5
A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	5

PONTUAÇÃO TOTAL	20
------------------------	----

QUESITO 1 SUBQUESITO 4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	PONTUAÇÃO
A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios.	5
O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos.	5
O planejamento e a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças	5
PONTUAÇÃO TOTAL	15

QUESITO 2 SUBQUESITO 1 PROFISSIONAIS	PONTUAÇÃO
Relação da equipe técnica (com currículo resumido de cada profissional) que estará à disposição da Prefeitura Municipal de Lagoa Nova.	10
PONTUAÇÃO TOTAL	10

QUESITO 2 SUBQUESITO 2 SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO	PONTUAÇÃO
A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Prefeitura Municipal de Lagoa Nova.	6
As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida	4
PONTUAÇÃO TOTAL	10

QUESITO 3 SUBQUESITO 1 REPERTÓRIO	PONTUAÇÃO
As peças criadas e suas respectivas fichas técnicas para solução do problema apresentado no briefing, com suas devidas características e forma de veiculação, exposição e distribuição	10
PONTUAÇÃO TOTAL	10

A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 1 (uma) casa decimal.

A licitante deverá apresentar uma única Proposta Técnica, obedecidos os limites impostos.

A análise da Proposta Técnica será realizada com base nas informações da Proposta Técnica indicada no item 6.6.2 deste Edital.

A classificação da Proposta de Preços se dará da seguinte forma:

- a) A pontuação da proposta técnica será atribuída o peso máximo de 70 (setenta) pontos calculados de acordo com a fórmula adiante.
- b) A Pontuação Técnica de cada Licitante corresponderá à soma dos pontos dos 3 (três) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento e Repertório, conforme a seguinte fórmula:

$$NT = 100 \times PTL/MPT$$

Onde,

NT = Nota técnica da licitante;

PTL = Pontuação técnica da licitante;

MPT = Máxima pontuação técnica observada dentre todas as licitantes.

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 permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**;
- b) Não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;
- c) Obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

Após a divulgação, em sessão pública, do resultado do julgamento das propostas técnicas, serão analisadas as propostas de preço das licitantes. Em seguida, serão examinados os documentos de habilitação do licitante classificado em primeiro lugar, com a maior pontuação técnica.

9. JUSTIFICATIVA DOS CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

A definição dos critérios de pontuação e julgamento das propostas técnicas justifica-se pela necessidade de garantir que a agência de propaganda contratada possua condições técnicas, criativas e operacionais que assegurem a plena execução das campanhas publicitárias do Município de Pires Ferreira/CE, de acordo com a Lei nº 12.232/2010. A distribuição de pontos e a análise dos quesitos e subquesitos foram estruturadas de forma a valorizar o planejamento, a estratégia, a criatividade, a capacidade de atendimento e a experiência comprovada, em equilíbrio com a economicidade e o interesse público.

Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária (65 pontos) foi definido como o núcleo central da avaliação, por englobar os elementos mais relevantes do objeto. Dentro dele, o **Subquesito 1 – Raciocínio Básico (15 pontos)** busca avaliar a acuidade da análise apresentada pela licitante, sua capacidade de identificar as especificidades do Município, a pertinência dos aspectos levantados, bem como a assertividade no entendimento do desafio de comunicação e dos objetivos estabelecidos no briefing. Essa análise preliminar é fundamental para verificar se a agência compreende, de fato, o contexto institucional em que atuará. O **Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária (15 pontos)** examina a adequação do conceito e do partido temático às necessidades do Município, a consistência da argumentação e a articulação entre objetivos, desafios e públicos-alvo. Também considera a exequibilidade da estratégia em função da verba disponível. Esse subquesito garante que a proposta seja não apenas criativa, mas também factível e alinhada à realidade administrativa. Já o **Subquesito 3 – Ideia Criativa (20 pontos)** recebeu maior peso dentro do Quesito 1, em razão de sua importância para a efetividade da comunicação institucional. Aqui são avaliados o alinhamento da proposta à estratégia apresentada, a pertinência da solução criativa, a adequação das peças aos públicos e meios de divulgação, bem como a originalidade, a clareza e a exequibilidade das peças diante da verba referencial. Esse subquesito privilegia a inovação e a capacidade da agência de traduzir estratégias em mensagens criativas, impactantes e compreensíveis. Por sua vez, o **Subquesito 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)** avalia a adequação e consistência da estratégia de veiculação e distribuição das peças, incluindo o conhecimento sobre os hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo. Também são considerados a economicidade no uso da verba, o aproveitamento dos recursos próprios do Município e a adequação às novas formas de publicidade digital. Esse subquesito garante que a mensagem atinja os públicos corretos, com eficiência e otimização de recursos.

Quesito 2 – Capacidade de Atendimento (20 pontos) foi estruturado para avaliar a estrutura organizacional e a disponibilidade de recursos humanos da licitante. O **Subquesito 1 – Profissionais (10 pontos)** valoriza a experiência, a qualificação e a adequação do quadro técnico da agência, considerando sua capacidade de atender às demandas de comunicação institucional. Já o **Subquesito 2 – Sistemática de Atendimento (10 pontos)** analisa a funcionalidade do relacionamento entre a agência e a Administração, contemplando prazos de resposta, segurança, liberdade de escolha de soluções alternativas e agilidade no atendimento. Esses elementos são cruciais para garantir a eficiência e a continuidade do serviço durante a execução contratual.

Quesito 3 – Repertório (15 pontos) busca avaliar a experiência prática da agência, por meio da análise de peças previamente produzidas. São considerados a originalidade, a clareza das mensagens, a adequação da linguagem, a qualidade técnica de produção e acabamento, bem como a pertinência das peças em relação ao briefing. Esse quesito assegura que a licitante demonstre sua capacidade criativa e técnica de forma concreta e comprovada.

Por fim, a exigência de **pontuação mínima de 70 pontos**, bem como a **eliminação das propostas que obtenham nota zero em qualquer quesito ou subquesito**, justifica-se pela necessidade de garantir um padrão mínimo de qualidade técnica, evitando que propostas frágeis avancem no certame. Essa medida reforça o compromisso da Administração com a eficiência, a economicidade e a seleção da proposta mais vantajosa.

Dessa forma, a metodologia adotada garante julgamento objetivo, técnico e transparente, equilibrando criatividade, planejamento, estratégia, capacidade de execução e experiência prévia, assegurando que a agência contratada possua condições de atender integralmente às necessidades de comunicação institucional do Município.

10. CRITÉRIO DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO

A licitante deverá apresentar uma única Proposta de Preços, obedecidos os limites impostos.

A análise da Proposta de Preço será realizada com base nas informações da Proposta de Preço indicada no item 6.6.4 deste Edital.

A classificação da Proposta de Preços se dará da seguinte forma:

- a) A pontuação da proposta de preços será atribuída o peso máximo de 30 (trinta) pontos para a menor proposta e às demais serão atribuídos pontos calculados de acordo com a fórmula adiante.
- b) O cálculo para a Pontuação do Preço, apurada até a segunda casa decimal, será efetuado dividindo-se o Menor Preço (dentro os valores globais apresentado pelas licitantes classificadas na licitação) pelo Preço Proposto, realizando a operação com cada proposta. O fator resultante será multiplicado pelo peso 30 (trinta), obtendo-se a Pontuação Resultante de Preço. Assim, a maior situação possível (trinta) será atribuída à proposta de menor preço global ofertado, conforme a seguinte fórmula:

$$\text{NP} = (\text{MP/PP}) \times 30$$

Onde,

NP = Nota de Preço da Licitante;

MP = Menor Preço dentre as propostas classificadas;

PP = Preço Proposto pela Licitante.

O Agente da Contratação proclamará o resultado da análise das Propostas de Preços, atribuindo a nota da Proposta de Preço – NP, que será considerada para o cálculo da Nota Total Ponderada (NTP) da licitante, na forma prevista no item 6.6.4. deste Edital.

11. CRITÉRIO DE JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS (TÉCNICA E PREÇO)

A nota total ponderada será calculada através do somatório das notas de proposta técnica e da proposta de preço, sendo a nota da proposta técnica com peso de 70% (setenta por cento) e a nota da proposta de preço com peso de 30% (trinta por cento), totalizando um percentual de 100% (cem por cento), conforme a seguinte fórmula.

$$\text{NTP} = \text{NT} + \text{NP}$$

Onde,

NTP = Nota Total Ponderada da Licitante.

NT = Pontuação da Nota Técnica.

NP = Pontuação da Nota de Preço.

As notas nesse quesito serão arredondadas em conformidade com o disposto nas normas da ABNT NBR-5891 (Regra de Arredondamento da Numeração Decimal).

12. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES A SEREM CONTRATADAS

Considerando que os serviços de publicidade institucional possuem caráter essencial, abrangente e permanente para a Administração Municipal de Pires Ferreira/CE, a contratação deve ser estruturada de forma **mensal e contínua**, assegurando regularidade na comunicação entre o Poder Público e a sociedade.

A estimativa das quantidades leva em conta a necessidade de produção e veiculação de campanhas ao longo de todo o exercício, contemplando diferentes formatos e mídias (televisão, rádio, impressos, mídias externas e plataformas digitais). Dessa forma, projeta-se que a agência contratada seja demandada, de forma ininterrupta, para atividades de estudo, planejamento, criação, execução, intermediação e distribuição de peças publicitárias, garantindo a continuidade das ações governamentais.

A opção por um contrato de natureza **contínua** permite dimensionar o objeto em termos de **12 meses de execução anual**, prorrogáveis nos termos legais, de modo a atender campanhas recorrentes e eventuais, respeitando os ciclos administrativos e os marcos legais que impõem a divulgação de atos oficiais. Essa modelagem evita descontinuidade dos serviços, reduz riscos operacionais e assegura economicidade, já que concentra em um único ajuste a prestação dos serviços ao longo do período.

Assim, a estimativa das quantidades considera que a Administração necessitará de suporte mensal para todas as etapas de comunicação, cabendo à agência dimensionar e executar os serviços de acordo com as demandas específicas apresentadas ao longo da vigência contratual.

13. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

A estimativa do valor para a presente contratação foi elaborada em conformidade com a Lei Federal nº 14.133/2021, observando-se a realidade específica do objeto e as necessidades da Administração Municipal de Pires Ferreira/CE. Dada a peculiaridade do serviço de publicidade institucional e a dificuldade em consolidar uma cesta de preços de contratações similares em outros órgãos da Administração Pública, optou-se por realizar levantamento de preços diretamente junto a potenciais fornecedores do mercado especializado.

Essa metodologia mostrou-se mais adequada às características do objeto, uma vez que a demanda envolve atividades técnicas específicas, de natureza criativa e intelectual, cujo dimensionamento e precificação variam conforme a estrutura de cada agência de propaganda. Assim, a coleta de propostas diretamente com fornecedores habilitados assegurou maior fidedignidade às informações, permitindo formar um parâmetro de referência compatível com a realidade mercadológica atual.

As cotações obtidas foram devidamente registradas e anexadas a este Estudo Técnico Preliminar, compondo as memórias de cálculo que embasam a estimativa do valor da contratação. O procedimento adotado garante transparência, objetividade e economicidade, permitindo que o processo licitatório seja instruído com valores condizentes com a prática de mercado e, conseqüentemente, que a Administração celebre contrato vantajoso e compatível com o interesse público.

Consolidação do Orçamento Estimado:

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	CATSER	UND	QTD	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL	TIPO DE PARTICIPAÇÃO
1	CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS, NOS TERMOS DA LEI Nº 12.232/2010, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS COM O OBJETIVO DE ESTUDAR, PLANEJAR, CONCEBER, CRIAR, EXECUTAR, INTERMEDIAR E DISTRIBUIR PUBLICIDADE COM FOCO EM INFORMAR, EDUCAR, ORIENTAR E PROMOVER AÇÕES INSTITUCIONAIS AOS PÚBLICOS DE INTERESSE DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DO MUNICÍPIO DE PIRES FERREIRA/CE.	892	MÊS	12	R\$ 31.783,33	R\$ 381.400,00	AMPLA

14. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

No caso em análise, opta-se pela **não adoção do parcelamento do objeto**, uma vez que os serviços de publicidade institucional apresentam natureza indivisível e integrada, demandando atuação coordenada e contínua por parte da agência de propaganda a ser contratada. A execução fragmentada comprometeria a unidade de planejamento, concepção, criação e veiculação das campanhas, resultando em perda de eficiência, elevação de custos e risco de inconsistências na comunicação institucional.

A contratação de uma única agência possibilita a centralização estratégica das ações, assegurando padronização da identidade visual, coerência na mensagem transmitida aos diversos públicos e maior controle por parte da Administração. Ademais, evita-se a sobreposição de contratos, que poderia gerar duplicidade de esforços, aumento de despesas administrativas e dificuldades de fiscalização e mensuração dos resultados.

O parcelamento somente seria cabível se houvesse a possibilidade de divisão do objeto em lotes autônomos, técnica e economicamente viáveis, o que não se aplica à presente situação, visto que as atividades de publicidade se interdependem e formam um conjunto integrado.

Dessa forma, a opção pela contratação global justifica-se pela busca da economicidade, da eficiência administrativa e pela necessidade de assegurar a unidade e a eficácia das campanhas institucionais do Município de Pires Ferreira/CE, em atendimento ao interesse público.

15. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

A contratação da agência de propaganda especializada, nos termos deste Estudo Técnico Preliminar, será estruturada de forma abrangente e integrada, de modo que eventuais aquisições ou contratações acessórias necessárias à execução das campanhas institucionais fiquem a cargo da agência contratada.

Assim, caberá à agência, dentro de sua atuação técnica e estratégica, a responsabilidade de intermediar e viabilizar a execução de serviços complementares indispensáveis, tais como:

- **Serviços gráficos e de impressão:** produção de folders, cartazes, banners, outdoors e outros materiais físicos que venham a compor determinada campanha;
- **Serviços de mídia e veiculação:** aquisição de espaços publicitários em veículos de comunicação (rádio, televisão, jornais, revistas, portais eletrônicos e redes sociais patrocinadas);
- **Serviços audiovisuais:** contratação de recursos e profissionais técnicos para gravações, edições, transmissões e demais produções necessárias;
- **Serviços para eventos institucionais:** estrutura de comunicação em lançamentos, cerimônias e demais ações públicas de interesse da Administração.

Dessa forma, assegura-se que todo o processo de comunicação institucional seja conduzido de forma unificada e coordenada pela agência, preservando a identidade visual, a padronização e a coerência das mensagens transmitidas ao público. Essa centralização evita dispersão de esforços, facilita o controle por parte da Administração e contribui para maior eficiência e economicidade, garantindo que o Município de Pires Ferreira/CE disponha de uma comunicação institucional integrada, eficiente e alinhada ao interesse público.

16. ALINHAMENTO ENTRE A CONTRATAÇÃO E O PLANEJAMENTO

O objeto desta solução consta na listagem do Plano de Contratação Anual (PCA) vigente. Assim, resta demonstrado o alinhamento entre a contratação e o planejamento desta administração.

17. RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a contratação de agência de propaganda especializada, a Administração Municipal de Pires Ferreira/CE pretende alcançar resultados estratégicos que reforcem a efetividade das políticas públicas e a transparência dos atos administrativos. Entre os principais resultados esperados, destacam-se:

Fortalecimento da comunicação institucional – garantir que a população tenha acesso a informações claras, objetivas e acessíveis sobre programas, projetos e serviços municipais.

Padronização e identidade visual – assegurar a uniformidade das peças publicitárias e campanhas, reforçando a credibilidade da Administração perante os cidadãos.

Amplo alcance e efetividade das campanhas – utilizar meios tradicionais e digitais para atingir diferentes públicos, ampliando a capilaridade da comunicação.

Agilidade e continuidade – dispor de suporte profissional mensal e contínuo para atender campanhas recorrentes ou emergenciais, evitando descontinuidade da informação pública.

Eficiência e economicidade – garantir que os serviços sejam prestados de forma integrada e planejada, reduzindo custos decorrentes de fragmentação contratual.

Promoção da cidadania – fomentar a participação social por meio de campanhas educativas, informativas e de orientação, fortalecendo o vínculo entre sociedade e gestão pública.

Conformidade legal e ética – assegurar que toda a comunicação institucional observe os princípios da Administração Pública, as normas legais e critérios de acessibilidade.

Assim, a contratação pretende assegurar que a Administração Municipal disponha de um instrumento eficaz de comunicação, capaz de transmitir informações relevantes de forma ética, transparente e eficiente, contribuindo diretamente para a consolidação da confiança da população na gestão pública.

18. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS NO AMBIENTE

Para garantir a adequada execução do objeto e o fiel cumprimento das cláusulas contratuais, a Administração Municipal de Pires Ferreira/CE deverá adotar, previamente à celebração do contrato, as seguintes providências:

Previsão orçamentária – assegurar a existência de dotação orçamentária suficiente para custear a contratação, em conformidade com a Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) e a Lei Orçamentária Anual (LOA).

Designação formal de gestor e fiscais do contrato – indicar servidores responsáveis pelo acompanhamento, fiscalização e avaliação da execução contratual, nos termos da legislação vigente, garantindo o controle técnico, administrativo e financeiro da avença.

Capacitação dos servidores designados – promover, se necessário, treinamento específico para os fiscais e gestor do contrato, com ênfase nas peculiaridades da contratação de serviços de publicidade, abrangendo aspectos de planejamento, execução e avaliação de resultados.

Definição de procedimentos de monitoramento – estabelecer rotinas e instrumentos de acompanhamento da execução contratual, incluindo critérios de medição e avaliação de desempenho das campanhas publicitárias.

Elaboração de plano de comunicação institucional – organizar, de forma preliminar, as principais demandas de comunicação da Administração (campanhas permanentes, educativas, informativas e sazonais), de modo a orientar a agência contratada e facilitar a gestão do contrato.

Adequação documental e jurídica – revisar minutas, termos de referência e anexos contratuais, garantindo que estejam alinhados às exigências legais e

contemplem cláusulas específicas de responsabilidade, prazos, penalidades e mecanismos de avaliação de resultados.

Publicização e transparência – adotar providências para assegurar que todo o processo, incluindo a futura execução contratual, seja amplamente publicizado em meios oficiais, permitindo o controle social.

A adoção dessas medidas prévias fortalece a segurança jurídica do processo, aumenta a eficiência da gestão contratual e garante que a Administração esteja devidamente preparada para fiscalizar e avaliar os serviços prestados, resguardando o interesse público.

19. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

A contratação de agência de propaganda especializada, em regra, não gera impactos ambientais diretos significativos, por se tratar de serviço predominantemente intelectual e imaterial. Entretanto, determinadas ações decorrentes da execução contratual podem ocasionar efeitos indiretos que merecem atenção da Administração.

Entre os principais potenciais impactos ambientais, destacam-se:

- **Produção de materiais impressos** – o uso de papel, tintas e insumos gráficos pode contribuir para a geração de resíduos sólidos e para o aumento do consumo de recursos naturais.
 - **Distribuição física de peças publicitárias** – a logística de entrega de materiais impressos ou a montagem de estruturas em vias públicas pode ocasionar consumo de combustíveis e emissão de gases poluentes.
- Eventos e campanhas presenciais** – ações institucionais de grande porte podem gerar resíduos, consumo energético elevado e eventual poluição sonora.

Para mitigar esses impactos, recomenda-se que a agência contratada adote medidas de sustentabilidade, tais como:

Priorizar mídias digitais em detrimento da produção de materiais impressos, ampliando o alcance com menor impacto ambiental;

Utilizar papel reciclado ou certificado e tintas menos poluentes sempre que houver necessidade de impressão;

Adotar processos logísticos sustentáveis, buscando reduzir deslocamentos desnecessários e otimizar a distribuição de materiais;

Implementar práticas de gestão de resíduos durante eventos, com coleta seletiva e descarte adequado;

Incluir nas campanhas publicitárias conteúdos de conscientização socioambiental, estimulando a população a adotar boas práticas de preservação.

Assim, embora os impactos ambientais dessa contratação sejam indiretos e de baixa magnitude, sua prevenção e mitigação devem integrar a gestão contratual, em consonância com a política municipal de sustentabilidade e os princípios de responsabilidade socioambiental.

20. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE

Com base nos elementos anteriores do presente documento de Estudos Preliminares realizado, **DECLARO** que:

☒ **É VIÁVEL** a contratação proposta pela unidade requisitante.

☐ **NÃO É VIÁVEL** a contratação proposta pela unidade requisitante.

Tendo em vista que se chegou à conclusão acima em razão do(s) seguinte(s) motivo(s):
Os estudos preliminares evidenciaram que a contratação da solução descrita no item "DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO" se mostra tecnicamente possível e fundamentadamente necessária. Diante do exposto, declara-se ser viável a contratação pretendida.

21. ANEXO

- Cotação de Mercado
- Briefing de Comunicação

22. LOCAL E DATA:

Pires Ferreira/CE, 08 de agosto de 2025.

23. RESPONSÁVEL(EIS):

Antônia Laiane Gomes Alves

Responsável pelo Planejamento das Contratações Administrativas

BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Campanha Institucional – "Pires Ferreira é de Todos Nós"

1. Contexto Geral

Nos últimos anos, a Prefeitura de Pires Ferreira tem investido significativamente na melhoria e modernização dos equipamentos públicos – escolas, praças, postos de saúde, ginásios, quadras esportivas, areninhas, entre outros. No entanto, ainda se observa certa resistência de parte da população em compreender esses espaços como bens coletivos que exigem o cuidado de todos.

Além da manutenção física, é fundamental cultivar uma cultura cidadã de pertencimento, cuidado e valorização do que é público.

2. Objetivo da Campanha

Promover uma campanha institucional que empodere o cidadão pires-ferreirense como corresponsável pelo zelo e preservação dos equipamentos públicos, reforçando a ideia de que esses espaços são construídos para e por todos — e, portanto, devem ser cuidados não só pela administração pública, mas pela coletividade.

3. Público-Alvo

População em geral, com atenção especial às seguintes faixas:
Jovens e estudantes (com foco em ações nas escolas e redes sociais)
Pais, professores e lideranças comunitárias
Comerciantes e profissionais locais

4. Mensagem Central (Conceito)

"Pires Ferreira é de Todos Nós"

Cuidar dos nossos espaços públicos é também cuidar da nossa cidade, do nosso futuro e de nós mesmos. O que é de todos, é responsabilidade de cada um.

5. Tom e Estilo

Inspirador, empático, comunitário
Positivo, com enfoque em pertencimento e orgulho local
Visualmente vibrante e humanizado (com rostos reais da cidade)
Evitar tom punitivo ou acusatório; trabalhar com exemplos do bem

7. Entregas Esperadas

Offline:

Cartazes e faixas para escolas, praças e prédios públicos
Spots de rádio (30s e 60s)
Outdoor institucional com linguagem emocional

Online:

Vídeo (até 1 minuto) com narrativa impactante e trilha emocional
Vídeo (15s/30s) para redes sociais (Instagram, Facebook, TikTok)
Cards com frases de efeito e dados de investimentos públicos
Stories com enquetes e interações com a população

7. Argumentos-Chave

O bem público é um investimento coletivo.
Quanto mais cuidamos, mais recursos sobram para novos investimentos.
Destruir ou depredar é prejudicar o vizinho, a família, a cidade.
Cuidar é um ato de amor, respeito e pertencimento.

9. Prazo Desejado

Lançamento da campanha: próximos 30 dias, com duração inicial de 60 dias, podendo ser desdobrada ao longo do ano em ações educativas contínuas.

9. Observações Adicionais

Incluir representatividade (crianças, idosos, servidores, jovens).
Utilizar imagens reais dos espaços públicos do município.
Integrar a identidade visual da Prefeitura e o slogan "Cada vez melhor".

Material deve seguir a legislação vigente e normas de publicidade institucional.