



TERMO DE REFERÊNCIA

1. DO OBJETO/REGIME DE EXECUÇÃO, MODALIDADE, TIPO DE CONTRATAÇÃO E FUNDAMENTO/DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO/ FUNDAMENTAÇÃO E JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO/ DA NATUREZA.

1.1. O objeto da licitação é a prestação dos serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade, bem como ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

1.2. Os serviços serão realizados em regime de EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL, sob a égide da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

1.3. A contratação será realizada através de licitação na modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA, na forma PRESENCIAL, do tipo MELHOR TÉCNICA, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, Lei nº 4.680/1965 (regulamentada pelo Decreto nº 57.690/1966), Lei nº 14.133/2021, Decretos Municipais nº 3.625/2023 e 1.524/2025, bem como as demais normas vigentes aplicáveis às contratações públicas, conforme justificativas constantes no estudo técnico preliminar.

1.4. A descrição da solução como um todo encontram-se pormenorizados em tópico específico do Estudo Técnico Preliminar (ETP), documento constitutivo da primeira etapa do planejamento de contratação, a ser disponibilizado na forma previsto no art. 54, § 3º da Lei 14.133/21 com base no Acórdão TCU nº. 2273/2024.

1.5. A presente contratação fundamenta-se na necessidade de assegurar o cumprimento do **princípio constitucional da publicidade**, previsto no art. 37, caput, da Constituição Federal, bem como de garantir o **direito à informação** da sociedade, nos termos do art. 5º, inciso XIV, da Constituição da República. Os serviços de publicidade constituem instrumento essencial para dar **transparência às ações administrativas**, ampliar o acesso da população às informações de interesse público, orientar os cidadãos quanto a políticas públicas, programas, campanhas educativas, ações institucionais e demais iniciativas promovidas pelo Poder Público, contribuindo para o fortalecimento da cidadania e para a correta relação entre a Administração e a sociedade.

1.6. Nos termos do art. 6º, inciso XI, da Lei nº 14.133/2021, serviço é toda atividade destinada a obter determinada utilidade intelectual ou material de interesse da Administração. No caso em análise, os serviços de publicidade caracterizam-se como atividades de natureza predominantemente intelectual, que demandam planejamento estratégico, conhecimento técnico especializado e integração entre criação, produção e veiculação, não sendo recomendável sua execução de forma fragmentada ou eventual.



1.7. O objeto caracteriza-se como **serviço contínuo**, nos termos do art. 6º, inciso XV, da Lei nº 14.133/2021 e do Decreto Municipal nº 1.524/2025, admitindo-se a contratação com vigência plurianual, observadas as condições legais e orçamentárias.

2. DO VALOR ESTIMADO E DA FONTE DE RECURSOS / NÃO SERÁ PERMITIDO A PARTICIPAÇÃO DE EMPRESAS EM CONSÓRCIOS

2.1. O objeto desta Concorrência, no valor estimado de R\$ 10.100.000,00 (Dez Milhões e Cem Mil Reais), serão pagos com recursos provenientes da Prefeitura Municipal de Caucaia -CE, por conta da seguinte classificação orçamentária:

Órgão: 27 – Secretarias Municipal Planejamento Urbano e Ambiental – SEPLAN

Unid. Orçamentária: 27.01 - Secretaria Municipal Planejamento Urbano e Ambiental – SEPLAN

Projeto Atividade: 04.0402.0402.2.123.0000 – APOIO ADMINISTRATIVO

Elemento de Despesas – 3.3.90.39.00

R\$ 500.000,00 (Quinhentos Mil Reais)

Órgão: 42 – Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos

Unid. Orçamentária: 42.01 - Secretaria Municipal de Administração e Recursos Humanos

Projeto Atividade: 04.122.0402.2.168.0000 – MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES

Elemento de Despesas – 3.3.90.39.00

R\$ 300.000,00 (Trezentos Mil Reais)

Órgão: 26 – Secretaria Municipal de Patrimônio e Transporte - SPT

Unid. Orçamentária: 26.01 - Secretaria Municipal de Patrimônio e Transporte - SPT

Projeto Atividade: 04.122.0402.2.119.0000 – APOIO ADMINISTRATIVO

Elemento de Despesas – 3.3.90.39.00

R\$ 300.000,00 (Trezentos Mil Reais)

Órgão: 20 – Secretaria Municipal de Desenvolvimento - SDR

Unid. Orçamentária: 20.01 - Secretaria Municipal de Desenvolvimento - SDR

Projeto Atividade: 04.122.0402.2.110.0000 – APOIO ADMINISTRATIVO

Elemento de Despesas – 3.3.90.39.00

R\$ 500.000,00 (Quinhentos Mil Reais)

Órgão: 05 – Secretaria Municipal de Finanças, Planejamento e Orçamento - SEFIN

Unid. Orçamentária: 05.01 - Secretaria Municipal de Finanças, Planejamento e Orçamento - SEFIN

Projeto Atividade: 04.122.0401.2.007.0000 – GERENCIAMENTO ADMINISTRATIVO E ESTRATEGICO

Elemento de Despesas – 3.3.90.39.00

R\$ 300.000,00 (Trezentos Mil Reais)

Órgão: 38 – Assessoria de Comunicação - ASCOM



Unid. Orçamentária: 38.01 - Assessoria de Comunicação - ASCOM
Projeto Atividade: 04.131.0402.2.161.0000 – MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES
Elemento de Despesas – 3.3.90.39.00
R\$ 2.500,000,00 (Dois Milhões e Quinhentos Mil Reais)

Órgão: 02 – Gabinete do Prefeito - GABPRE

Unid. Orçamentária: 02.01 - Gabinete do Prefeito - GABPRE
Projeto Atividade: 04.122.0402.2.002.0000 – APOIO AS ATIVIDADES
Elemento de Despesas – 3.3.90.39.00
R\$ 600.000,00 (Seiscentos Mil Reais)

Órgão: 08 – Secretaria Municipal de Educação - SME

Unid. Orçamentária: 08.21 - Secretaria Municipal de Educação - SME
Projeto Atividade: 12.122.1215.2.053.0000 – APOIO ADMINISTRATIVO
Elemento de Despesas – 3.3.90.39.00
R\$ 2.000,000,00 (Dois Milhões Reais)

Órgão: 06 – Secretaria Municipal de Saúde - SMS

Unid. Orçamentária: 06.20 - Secretaria Municipal de Saúde - SMS
Projeto Atividade: 10.122.0402.2.015.0000 – APOIO ADMINISTRATIVO
Elemento de Despesas – 3.3.90.39.00
R\$ 1.000,000,00 (Um Milhão de Reais)

Órgão: 09 – Secretaria Municipal de Infraestrutura - SEINFRA

Unid. Orçamentária: 09.01 - Secretaria Municipal de Infraestrutura - SEINFRA
Projeto Atividade: 04.122.0402.2.086.0000 – APOIO ADMINISTRATIVO
Elemento de Despesas – 3.3.90.39.00
R\$ 600.000,00 (Seiscentos Mil Reais)

Órgão: 32 – Secretaria Municipal de Turismo e Cultura - SECULT

Unid. Orçamentária: 32.01 - Secretaria Municipal de Turismo e Cultura - SECULT
Projeto Atividade: 04.122.0402.2.126.0000 – APOIO ADMINISTRATIVO
Elemento de Despesas – 3.3.90.39.00
R\$ 500.000,00 (Quinhentos Mil Reais)

Órgão: 36 – Instituto do Meio Ambiente do Município de Caucaia - IMAC

Unid. Orçamentária: 36.01 - Instituto do Meio Ambiente do Município de Caucaia - IMAC
Projeto Atividade: 18.542.1802.2.146.0000 – APOIO ADMINISTRATIVO
Elemento de Despesas – 3.3.90.39.00
R\$ 500.000,00 (Quinhentos Mil Reais)

Órgão: 43 – Secretaria Municipal do Turismo - SETUR

Unid. Orçamentária: 43.01 - Secretaria Municipal do Turismo - SETUR
Projeto Atividade: 18.542.0048.2.146.0000 – MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES
Elemento de Despesas – 3.3.90.39.00



R\$ 500.000,00 (Quinhentos Mil Reais)

2.2. Vedação à participação em consórcio - A vedação fundamenta-se no entendimento de que o objeto possui complexidade técnica compatível com a capacidade de execução por uma única agência de propaganda devidamente qualificada. A admissão de consórcios poderia introduzir maior complexidade administrativa, elevar riscos de gestão contratual e fiscalização e não se mostra necessária para assegurar competitividade ou execução adequada do objeto, considerando a existência de número suficiente de empresas aptas no mercado.

- **Acórdão TCU nº 0190/2017 - Plenário:** O Tribunal de Contas da União, ao analisar a questão da participação de consórcios em licitações, afirmou que a contratação de consórcio deve ser excepcional e depender de justificativa específica, quando o objeto da licitação for de alta complexidade técnica ou quando houver a necessidade de controle rigoroso da execução contratual. O TCU, nesse caso, entendeu que a contratação de consórcio em uma licitação poderia comprometer a eficiência e a gestão do contrato.
- **Acórdão TCU nº 2105/2019 - Plenário:** O Tribunal reforçou que a vedação à formação de consórcios deve ser devidamente justificada, com base na análise do tipo de contrato e da viabilidade técnica da execução do objeto por uma única empresa. Esse entendimento foi reiterado em decisões subsequentes, mostrando a tendência de que a vedação ao consórcio pode ser uma medida razoável quando a natureza do objeto exigir maior especialização e controle.
- **Acórdão STF nº 554.004/2021:** O Supremo Tribunal Federal, ao se debruçar sobre a interpretação da Lei de Licitações, entendeu que o consórcio não é uma regra, mas uma exceção, e que a Administração Pública tem o direito de limitar sua participação quando a contratação demanda agilidade, controle e responsabilidade, elementos essenciais na gestão pública eficiente.
- **Acórdão TCU nº 1170/2025 – Plenário (Denúncia, Relator Ministro Jhonatan de Jesus:** No âmbito da nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos, o silêncio do edital acerca da participação de consórcio de empresas em certame licitatório equivale à sua autorização, ao passo que a decisão quanto à vedação dessa participação, por ser discricionária, deve estar prevista no instrumento convocatório e devidamente motivada no processo administrativo (art. 15 da Lei 14.133/2021).



Acórdão TCU nº 2214/2025 – Segunda Câmara (Representação, Relator Ministro Augusto Nardes): A decisão pela vedação de participação de consórcios de empresas em licitação é discricionária, devendo ser devidamente motivada no processo administrativo.

3. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO

3.1. As Propostas Técnicas e de Preço deverão ser apresentadas à Comissão de Contratação em 04 (quatro) invólucros distintos e fechados, os quais deverão estar identificados com as seguintes informações e conteúdo:

3.1.1. INVÓLUCRO “01” - PROPOSTA TÉCNICA (APÓCRIFA)

3.1.1.1. No invólucro “01” deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, consistindo em: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

3.1.1.2. Só será aceito Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado em invólucro padronizado fornecido obrigatoriamente pela Prefeitura Municipal de Caucaia - CE, por meio da Comissão de Contratação, a pedido formal da licitante.

3.1.1.4. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela licitante, até o 3º dia útil anterior à data prevista para a reunião de abertura da licitação, no seguinte endereço: Rua D, nº 270, Padre Romualdo, Caucaia-CE, CEP 61600-050.

3.1.1.5. O invólucro “01” deverá ser entregue fechado, de acordo com as características padrões do invólucro nº 1.

3.1.1.6. Para preservar o sigilo, até a abertura do invólucro “02”, quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro “01” não poderá:

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

3.1.1.7. À exceção da Ideia Criativa, todas as demais partes do Plano de Comunicação Publicitária, tais como o Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverão ser elaboradas nos seguintes padrões:

- a) Em papel A4, branco, com 75 gr/m² orientação retrato;
- b) Espaçamento de 02 (dois) centímetros na margem esquerda e 02 (dois) na direita, a partir da borda;
- c) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d) Com textos justificados;
- e) Com espaçamento “simples” entre as linhas;
- f) Com texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, estilo “Normal”, cor “Automático” tamanho 12 (doze) pontos;
- g) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- h) Em caderno único, utilizando espiral plástico na cor preta, colocado à esquerda;
- i) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² ambas em branco;
- j) Sem qualquer identificação da licitante.



3.1.1.8. Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do Plano de Mídia e Não Mídia, poderão ser utilizadas as fontes tipográficas e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

3.1.1.9. As peças que integram a Ideia Criativa devem ter formatos compatíveis com suas características, devendo adequar-se ao tamanho do invólucro "01".

3.1.1.10. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) Os gráficos e/ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) Os dados e informações dos quadros e/ou tabelas devem ser editados na fonte "Arial, estilo "Normal", cor "Automático", tamanho "10 (dez) pontos";
- c) As páginas referentes aos gráficos e/ou tabelas poderão ser impressos na orientação paisagem e apresentadas em papel A3 dobrado.

3.1.1.11 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação e descrição das peças publicitárias estão limitados no conjunto a 10 páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas usadas apenas para separar os textos desses subquestos.

3.1.2. INVÓLUCRO "02" - PROPOSTA TÉCNICA (IDENTIFICADA)

3.1.2.1. No Invólucro "02" deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária- Via Identificada, consistindo em: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, em consonância com o Briefing, constante no Anexo I.

3.1.2.2. O conteúdo indicado, exceto as peças que compõem a Ideia Criativa, deverá ser acondicionado em invólucro providenciado pela licitante, o qual poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura, devendo ser identificado conforme abaixo:

INVÓLUCRO "02" PROPOSTA TÉCNICA – VIA IDENTIFICADA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
NOME DA LICITANTE
CNPJ
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº _____
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAUCAIA - CE

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

- a) ter a identificação da licitante;
- b) ser datado;
- c) estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- d) Em papel A4, branco, com 75 gr/m² orientação retrato;
- e) Espaçamento de 02 (dois) centímetros na margem esquerda e direita, a partir da borda;
- f) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;



- g) Com textos justificados;
- h) Com espaçamento "simples" entre as linhas;
- i) Com texto e numeração de páginas em fonte "Arial", estilo "Normal", cor "Automático" tamanho 12 (doze) pontos;
- j) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- l) Em caderno único, utilizando espiral plástico na cor preta, colocado à esquerda;
- m) Ter a identificação da Licitante;
- n) Ser datado;
- k) Estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.1.2.4. Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do Plano de Mídia e Não Mídia, poderão ser utilizadas as fontes tipográficas e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

3.1.3 INVÓLUCRO "03" - PROPOSTA TÉCNICA

3.1.3.1. No invólucro "03" deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens da capacidade de atendimento, repertório e relatos de solução de problemas de comunicação.

3.1.3.2. O conteúdo indicado para apresentar Plano de Comunicação Publicitária elaborado com base no Briefing, constante no Anexo I, deverá ser acondicionado em invólucro providenciado pela licitante, o qual poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura, devendo ser identificado conforme abaixo:

INVÓLUCRO "03" PROPOSTA TÉCNICA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO
E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
NOME DA LICITANTE
CNPJ
CONCORRÊNCIA Nº _____
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAUCAIA –CE.

3.1.3.3. O conteúdo do invólucro "03" deverá ser acondicionado em um único volume com dimensões conforme necessário, em virtude de sua própria característica.

3.1.3.4. O invólucro "03" não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro "02".

4. DA PROPOSTA TÉCNICA (INVÓLUCROS 01, 02 E 03)

4.1. A licitante deverá apresentar proposta técnica estruturada de acordo com os seguintes quesitos:



a) Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não-Mídia);

b) Capacidade de Atendimento;

c) Repertório;

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

4.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser entregue completo e sem identificação da licitante no invólucro "01". O invólucro "02" deverá conter cópia identificada do Plano de Comunicação Publicitária encadernada, sem as peças. Os demais componentes da proposta técnica (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) deverão ser entregues no invólucro "03".

4.3. A licitante deverá apresentar Plano de Comunicação Publicitária elaborado com base no Briefing, constante no Anexo I, devendo o mesmo compreender os seguintes sub quesitos:

4.3.1. Raciocínio Básico, que será consubstanciado em texto no qual a licitante apresentará:

a) diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária.

b) sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação a ser enfrentado e sobre os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing (Anexo I).

4.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária, texto em que a licitante:

a) apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Caucaia –CE.;

b) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

4.3.3. Ideia Criativa: a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto na Estratégia de Comunicação Publicitária, com comentários sobre cada peça e/ou material.

b) da relação prevista no item "a", escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

4.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea 'a' da Ideia Criativa, estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

4.3.3.2. Os exemplos de peças:

a) estão limitados a 7 (sete), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;

b) podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça, e de "monstro" ou story-board animado para tv, cinema, internet e rádio.

c) 'boneco' ou layout montado dos materiais de não mídia.



4.3.3.3. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passer-partout*. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

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

4.3.3.5. Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução.

4.3.3.6. O 'monstro' ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em PENDRIVE ou HD, executáveis em sistema operacional *Windows*.

4.3.3.7. Nessas mídias de apresentação (PENDRIVE ou HD) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

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

4.3.3.9. Para facilitar seu cotejo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet), de acordo com as seguintes orientações:

- a) texto em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
- b) nos casos de "monstro" ou *layout* eletrônico e de *storyboard* animado ou *animatic*, que deverão ser apresentados em PENDRIVE ou HD), a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essas mídias devem ser apresentadas na condição original, somente com a marca do fabricante, conforme descrito anteriormente.
- 4.3.3.10. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 7 (sete), devem ser observadas as seguintes regras:
 - a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
 - b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
 - c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
 - d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
 - e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
 - f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.
 - g) Descrição de Áudio junto à apresentação de peça produzida, será considerado 01 (uma) peça.

4.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia constituída de:

- a) texto em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas e gráficos) e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Caucaia-CE.
- b) simulação de plano de distribuição das peças de que trata sobre a ideia criativa, acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.



b.1) As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas da simulação do plano de distribuição das peças poderão ser apresentadas em papel A3 branco dobrado.

4.3.4.1. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos, o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça, separadamente de mídia e não mídia.

4.3.4.1.1. Os valores ou custos indicados pelas licitantes que não correspondam aos efetivamente cobrados pelos veículos de comunicação, serão contabilizados como falha na elaboração da Estratégia de Mídia e Não Mídia, cabendo à Subcomissão Técnica diminuir a respectiva nota.

4.3.4.2. Em se tratando de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

4.3.4.3. Na simulação do plano de distribuição das peças (acompanhada de tabelas, planilhas e texto) da Estratégia de Mídia e Não Mídia:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação;

b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;

c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11, da Lei n 4.680/1965;

d) deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

4.3.4.4. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

4.4. Capacidade de atendimento - textos nos quais a licitante apresentará:

a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da licitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

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

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Caucaia-CE, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

4.5. Repertório - consubstanciado em apresentação, sob forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela licitante.



4.5.1. Poderão ser apresentadas até 7 (sete) peças, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas a partir de 2020.

4.5.2. Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos 01 (um) veículo/espço que a divulgou/expôs.

4.5.3. O material em vídeo, os spots e/ou jingle, as peças de internet deverão ser fornecidas em PENDRIVE ou HD; as peças gráficas impressas em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

4.5.4. As peças não podem se referir a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Caucaia – CE.

4.6. Os Relatos de Solução de Problemas de Comunicação - deverão ser apresentados 02 (dois) cases em caderno específico, com no máximo, 02 (duas) páginas cada, em que serão expostas soluções de problemas de comunicação.

4.6.1. Os 02 (dois) relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem se referir a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Caucaia –CE.

4.6.2. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e/ou material, independente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD ou PENDRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou serem apresentados separadamente (soltas);

b) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 5.6, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais;

b.1) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive serem apresentadas dobradas ou não;

c) Para cada peça ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com dados técnicos de produção e/ou veiculação.

4.8. A critério da Prefeitura Municipal de Caucaia-CE as campanhas publicitárias das Propostas vencedoras poderão ou não vir a serem produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, quando da vigência do contrato.

5. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

5.1. As propostas técnicas serão analisadas por Subcomissão Técnica, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste instrumento convocatório e em seus anexos.

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

5.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

5.2.1.1. Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da contratante e do contexto de sua atuação;



b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

5.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

c) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

d) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

e) o alinhamento da campanha com a diversidade de mídias disponíveis no mercado.

5.2.1.3. Ideia Criativa

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) a pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, 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, levando em conta a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem;

d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;

e) a originalidade da solução criativa, considerando proposta visual, organização das informações no layout e multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.

f) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento;

5.2.1.4. 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 do plano de mídia;

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 da contratante 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.

5.2.2. Capacidade de Atendimento

a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

b) a experiência dos profissionais da licitante e a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da contratante;

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



- d) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Caucaia-CE e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Caucaia - CE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

5.2.3. Repertório:

- a) a ideia criativa, sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a qualidade da produção, da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- c) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo.

5.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária.
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.

5.3 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

a) Plano de Comunicação Publicitária – (sessenta e cinco pontos)

a1) Raciocínio Básico – dez pontos

a2) Estratégia de Comunicação Publicitária – vinte pontos

a3) Ideia Criativa – vinte e cinco pontos

a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – dez pontos

b) Capacidade de Atendimento – (quinze pontos)

c) Repertório – (dez pontos)

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – (dez pontos)

5.3.2. A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas dos membros da Subcomissão Técnica

5.3.3. A nota de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

5.4 Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do termo de referência e de seus anexos;
- b) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) não alcançar, no total, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;
- d) obtiver nota zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem ao **Plano de Comunicação Publicitária**.

5.5. Serão consideradas melhor classificadas na fase do julgamento técnico as licitantes que obtiverem as duas maiores pontuações na soma das notas dos quesitos.

5.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das duas melhores classificadas nesta fase, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores



pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes ao **Plano de Comunicação Publicitária**.

5.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão de Contratação, cuja data será divulgado e observará as mesmas formas e adotados para o processo licitatório, deste Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

6. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

6.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que tenham formação superior em, no mínimo, Comunicação, Publicidade ou Marketing ou, ainda, que atuem profissionalmente em uma dessas áreas, nos termos da Lei Federal n. 12.232, de 29 de abril de 2010.

6.1.1. No mínimo 01 (um) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Caucaia-CE.

6.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes registrados por meio de Edital de Chamamento Público, em uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela Prefeitura Municipal de Caucaia -CE.

6.2.1 A relação dos nomes dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes registrados por meio de Edital de Chamamento Público, será publicada pela Comissão de Contratação no Diário Oficial do Estado, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

6.2.2 O sorteio será processado pela Comissão de Contratação, com vistas a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura Municipal de Caucaia – CE.

6.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes registrados por meio de Edital de Chamamento Público, conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Prefeitura Municipal de Caucaia-CE.

6.2.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão, juridicamente fundamentada.

6.2.5. De igual forma, o membro da referida Subcomissão deverá declarar-se suspeito ou impedido, imediatamente, sempre que constatar que participa do certame agência de publicidade e/ou projeto nos quais tenha trabalhado ou participado, em respeito aos princípios da impessoalidade e da transparência no julgamento das propostas, sob pena de responsabilidade, com fulcro na Lei Federal nº 14.133/2021.

6.2.5.1. A ausência de manifestação do membro teoricamente suspeito não impede que qualquer outro participante da Subcomissão, tendo conhecimento dos fatos, possa alegá-los, a qualquer tempo.



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

6.2.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido.

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

6.2.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto (prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio) e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

7. DA PROPOSTA DE PREÇOS (INVÓLUCRO 04)

7.1. As propostas de preços das licitantes deverão ser:

- a) apresentadas em caderno único, em papel que identifique as licitantes, ter suas páginas numeradas sequencialmente e redigidas em língua portuguesa, salvo quanto às expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) elaboradas em 02 (dois) documentos distintos;
- c) datadas e assinadas nos documentos, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.2. As licitantes deverão apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração.

7.3. As licitantes deverão elaborar Declaração na qual:

- a) Comprometer-se-ão a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Prefeitura Municipal de Caucaia - CE as vantagens obtidas;
- b) informarão estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas.

7.3.1. O preço proposto será de exclusiva responsabilidade das licitantes e não lhes assistirá o direito de pleitear, na vigência dos Contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

7.3.2. Tratarão da questão dos direitos autorais, estabelecendo:

7.3.2.1. A cessão, total e definitiva, dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

7.3.2.2. O compromisso de, em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução dos serviços, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a Prefeitura Municipal de Caucaia-CE escolha uma das alternativas;

7.3.2.3. Que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado condicionarão a contratação de serviços com terceiros pelo período indicado pela Prefeitura Municipal de



Caucaia - CE e que utilizarão os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

7.3.2.4. O compromisso de, quando a Prefeitura Municipal de Caucaia - CE optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, fazer constar dos ajustes que vierem a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

7.3.2.4.1. Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

7.3.2.4.2. Estabeleçam que a Prefeitura Municipal de Caucaia - CE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

7.3.2.5. Que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.

7.3.2.6. O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos;

7.3.2.7. O compromisso de fazer constar dos respectivos ajustes que vierem a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

7.3.2.7.1. Que serão entregues para a Prefeitura Municipal de Caucaia - CE duas cópias, uma em HD Externo e outra em DVD, de todo o material produzido;

7.3.2.7.2. A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à Prefeitura Municipal de Caucaia - CE que poderá, a seu juízo, utilizar referidos produtos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato a ser firmado e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que caiba à Prefeitura qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

7.3.2.7.3. Que a Prefeitura Municipal de Caucaia - CE poderá reproduzir, de forma parcial ou integral, editar, adaptar o arranjo musical e quaisquer outras transformações, a tradução para qualquer idioma, a inclusão em fonograma ou produção audiovisual, veiculação, quando intrínseca ao contrato firmado pelo autor com terceiros para uso ou exploração da obra.

7.3.2.7.4. Que a remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

7.3.2.8. O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço para os direitos de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Prefeitura Municipal de Caucaia - CE.

7.3.3. Garantir a transferência à Prefeitura Municipal de Caucaia-CE de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

[Handwritten signatures and initials in blue ink]



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

8. VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

8.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

8.2.1 que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

8.2.2. Apresentar desconto inferior a 35% (trinta e cinco por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante.

8.2.3. Apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) referente à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

8.2.4. Apresentar percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.

8.2.5. Apresentar percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

8.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo III.

8.4 A Comissão de Contratação atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

Descontos/ Honorários – Notas (N)		
Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará.	Percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços	Percentual de honorários incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros.



	realizados por terceiros.	
N = 0,125 Desconto - 35	N = 7,0 (15,0 – Honorários	N= 7,0 (10,0 Honorários

Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos “desconto” e “honorários” serão substituídos nas fórmulas da coluna “Notas” pelas respectivas porcentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.

8.4.1. A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma das notas dos quesitos constantes da tabela referida no item 8.4.

8.4.2. A Proposta de Preços que obtiver o maior somatório das notas será considerada como a de menor preço, e servirá como referencial na negociação com as licitantes melhores classificadas na fase de proposta técnica.

8.5. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente: o menor percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros; o menor percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros ou o maior percentual de desconto sobre os custos internos.

9. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

9.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços desta concorrência será realizado nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010 e dos Artigos 35 e 37 da Lei Federal nº 14.133/2021.

9.2. Será considerada vencedora a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, observado:

- a) apresentar o menor preço; ou
- b) não tenha apresentado o menor preço, mas concordar em reduzir o valor constante na sua proposta, tendo como referência, o limite apresentado pela proposta de menor preço, devendo serem observados os percentuais de desconto e de honorários da proposta de menor preço.

10. ENTREGA, FORMA DE APRESENTAÇÃO E DO EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

10.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será desclassificada do certame, exceto diante da ocorrência.



10.1.2. Se nenhuma licitante restar habilitada será reaberta a fase de habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis.

10.1.3. Os documentos deverão estar acondicionados no invólucro "05", que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO "05"

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

NOME DA LICITANTE

CNPJ Nº

CONCORRÊNCIA Nº _____

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAUCAIA -CE

10.1.4. O invólucro "05" será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.1.5. Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados da seguinte forma:

- a) Em originais ou publicação em Órgão Oficial, ou, ainda, por qualquer processo de cópia autenticada em Cartório. Somente serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.
- b) Dentro do prazo de validade, para aqueles cuja validade possa expirar. Na hipótese de o documento não conter expressamente o prazo de validade, deverá ser acompanhado de declaração ou regulamentação do órgão emissor que disponha acerca da validade dele. Na ausência de referida declaração ou regulamentação, o documento será considerado válido pelo prazo de 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua emissão.
- c) Em caderno único, rubricados, numerados sequencialmente, da primeira à última página, de modo a refletir o número exato de páginas.
- d) A eventual falta de numeração ou numeração incorreta, poderá ser suprida por representante credenciado da licitante na sessão de abertura dos Documentos de Habilitação.
- e) Os Documentos de Habilitação somente serão aceitos mediante cópias legíveis e que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

10.2. Para se habilitar a esta Concorrência, a licitante deverá apresentar a seguinte documentação:

10.2.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA

- a) REGISTRO COMERCIAL, no caso de empresa individual;
- b) ATO CONSTITUTIVO, ESTATUTO OU CONTRATO SOCIAL EM VIGOR, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de ata da assembleia que elegeu seus atuais Administradores. Em



se tratando de sociedades civis, Ato Constitutivo acompanhado de prova de diretoria em exercício.

b.1) Os documentos mencionados na alínea “b” deverão estar acompanhados de todas as suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverão constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;

c) INSCRIÇÃO DO ATO CONSTITUTIVO EM CARTÓRIO DE REGISTRO DE PESSOAS JURÍDICAS, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

d) DECRETO DE AUTORIZAÇÃO, EM SE TRATANDO DE EMPRESA OU SOCIEDADE ESTRANGEIRA EM FUNCIONAMENTO NO PAÍS, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido por órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

10.2.2. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

a) Prova de Inscrição na Fazenda Federal (CNPJ);

b) Prova de Inscrição na Fazenda Estadual (CGF) ou documento comprobatório de isenção, emitido por órgão competente ou Fazenda Municipal;

10.2.2.1. Prova de regularidade para com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal da sede da licitante:

a) A comprovação de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional referente a todos os tributos e à Dívida Ativa da União será efetuada mediante a apresentação da certidão prevista na Portaria nº 358, de 5 de setembro de 2014. As certidões de prova de regularidade fiscal emitidas nos termos do Decreto nº 6.106/2007 e da Portaria 358/2014 têm eficácia durante o prazo de validade nelas constante.

b) A comprovação de quitação para com a Fazenda Estadual deverá ser feita através de Certidão Consolidada Negativa de Débitos inscritos na Dívida Ativa Estadual, ou na inexistência desta, de Certidão Negativa/Positiva com Efeitos de Negativa de Débitos relativos aos Impostos de competência Estadual.

c) A comprovação de quitação para com a Fazenda Municipal deverá ser feita através de Certidão Consolidada Negativa de Débitos inscritos na Dívida Ativa Municipal, ou na inexistência desta, de Certidão Negativa/Positiva com Efeitos de Negativa de Débitos relativos aos Impostos de competência Municipal. :

c.1) As empresas participantes desta licitação obedecerão ao que determina a legislação específica do MUNICÍPIO, do domicílio da licitante.

c.2) Para os municípios que emitem prova de regularidade para com a Fazenda Municipal em separado, as proponentes deverão apresentar as duas certidões, isto é, Certidão sobre Tributos Imobiliários e Certidão de Tributos Mobiliários.

c.3) Caso a proponente não possua imóvel cadastrado em seu nome, deverá apresentar declaração ou documento emitido pela Prefeitura, indicando esta situação.

d) COMPROVAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE DÉBITOS INADIMPLIDOS PERANTE A JUSTIÇA DO TRABALHO, que deverá ser feita através da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas ou da Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas, com os mesmos efeitos da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.



e) PROVA DE SITUAÇÃO REGULAR PERANTE O FUNDO DE GARANTIA POR TEMPO DE SERVIÇO – FGTS, por meio de Certificado de Regularidade de Situação – CRF.

10.2.3. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

a) Registro ou inscrição no Sindicato das Agências de Publicidade e Propaganda de sua base territorial ou na Associação Brasileira de Agências de Publicidade– Abap.

b) CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA CONCEDIDO PELO CENP – CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS PADRÃO.

c) ATESTADOS DE CAPACIDADE TÉCNICA, expedidos por 3 (três) pessoas jurídicas de direito público ou privado, que comprovem a aptidão da licitante para o desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto da licitação;

d) INDICAÇÃO DAS INSTALAÇÕES, DO APARELHAMENTO E DO PESSOAL TÉCNICO adequado e disponível para a realização do objeto da licitação, bem como da qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos.

d.1) Os profissionais indicados pela licitante para fins de comprovação da capacidade técnico-profissional deverão participar do serviço objeto da licitação, admitindo-se a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pela administração.

10.2.4. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

a) CERTIDÃO NEGATIVA EXPEDIDA PELO CARTÓRIO DISTRIBUIDOR DE FALÊNCIA E RECUPERAÇÃO JUDICIAL do local da sede da licitante, com data de expedição não superior a 60 (sessenta) dias, quando não houver prazo de validade expreso no documento.

b) BALANÇO PATRIMONIAL E DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS DO ÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL, 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 encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta.

b.1) Comprovação de Patrimônio Líquido igual ou superior a 10% (dez por cento) do valor estimado total do item, devendo a comprovação ser feita através do Balanço Patrimonial do último exercício encerrado.

c) A avaliação para todas as licitantes será apurada através da apresentação do Índice de Liquidez Geral (LG), a seguir definido, calculado com 2 (duas) casas decimais, sem arredondamentos. A fonte de informação dos valores considerados deverá ser o Balanço Patrimonial, apresentado na forma da lei.

Tratando-se de Sociedade Anônima, deverão ser apresentadas as Demonstrações Contábeis por meio de uma das seguintes formas: publicação em Diário Oficial, publicação em jornal de grande circulação, ou ainda, através de cópia autenticada das mesmas. Os demais tipos societários e o empresário individual deverão apresentar cópia autenticada do Balanço Patrimonial, registrado na Junta Comercial da sede da licitante ou em outro órgão equivalente.

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante Realizável a Longo Prazo} \geq 1,0}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$



c.1) A licitante poderá apresentar o cálculo para obtenção do Índice de Liquidez Geral (LG) definido no subitem 11.2.4."c".

c.2) A agência que apresentar Índice de Liquidez Geral (LG) relativo à boa situação financeira, menor que 1,0 (um vírgula zero) será considerada "inabilitada".

c.3) O Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis deverão ser apresentados conforme a seguir:

I – Sociedades Empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (Art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/69).

II – Sociedades Empresárias, especificamente no caso de Sociedades Anônimas regidas pela Lei nº 6.404/76: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da Licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação (Art. 289, caput e §5º, da Lei nº 6.404/76).

III – Sociedades Simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive registro na Junta Comercial.

IV – Sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de 01 (um) ano: deverão apresentar balanços, conforme abaixo discriminado, contendo as assinaturas do contador ou técnico em contabilidade regularmente habilitado e do sócio-gerente, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante:

- Balanço de Abertura – sociedades sem movimentação;

- Balanço Intermediário – sociedades com movimentação.

10.3. Na falta de indicação expressa da validade do documento, somente serão considerados válidos quando expedidos nos 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

10.4. Se a Licitante tiver filial, todos os Documentos de Habilitação deverão estar ou em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem for a Licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, deverão ser emitidos em nome da matriz.

10.5. A Licitante deverá fornecer a título de informação, número de telefone, fax e pessoa de contato, preferencialmente local. A ausência desses dados não a tornará inabilitada.

10.6. A licitante também deverá incluir no invólucro "05" DECLARAÇÃO.

10.7. A Comissão de Contratação examinará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos, neste edital.

10.8. Se nenhuma licitante restar habilitada será reaberta a fase de habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis.

11. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

11.1. Serão realizadas 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.



11.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil (no ato da entrega dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preço, o representante da licitante apresentará à Comissão de Contratação, documento que o credencia a participar do presente certame, com seu documento de identidade com fé pública).

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

11.1.3. A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da Prefeitura de Caucaia-CE, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

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

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

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

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

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

11.1.9. Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a Comissão de Contratação providenciará sua destruição.

Primeira Sessão

11.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital; (credenciamento)

b) receber os Invólucros “01”, “02”, “03” e “04”;

c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

11.2.1. O Invólucro “01”, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Contratação se não:

a) estiver identificado;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro “02”;



c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro "02".

11.2.1.1. A Comissão de Contratação não receberá o Invólucro "01" se estiver identificado; apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro "02"; estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro "02", o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

11.2.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros "02" e "04", que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação, e separá-los dos Invólucros "01" e "03";

b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros "01";

c) abrir os Invólucros "03" e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Invólucros "01" e "03";

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 13 deste Edital.

11.2.2.1. A Comissão de Contratação, antes do procedimento previsto (retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros "01"), adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

11.2.2.2. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros "01" e "03", a Comissão de Contratação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

11.2.3. A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

11.2.4. Abertos os Invólucros "01" e "03", a **desistência injustificada**, ou aquela **não aceita pela Comissão de Contratação**, caracterizará **descumprimento das condições do certame**, sujeitando a licitante às **sanções administrativas previstas nos arts. 155 a 159 da Lei nº 14.133/2021**, sem prejuízo da aplicação das penalidades previstas no edital e demais normas aplicáveis, assegurados o **contraditório e a ampla defesa**.

11.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade:

11.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões, a Comissão de Contratação fará o devido registro em ata, com fulcro no que dispõe o art. 165, incisos I e II da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

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



- a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros “01”, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
 - b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
 - c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
 - d) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros “03”, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
 - e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
 - f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.
- 11.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea ‘a’ do subitem 6.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.
- 11.2.6.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros “02”.

Segunda Sessão

- 11.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros “01” e “03”), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 13 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:
- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
 - b) abrir os Invólucros “02”;
 - c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro “01”) com as vias identificadas (Invólucro “02”) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
 - d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
 - e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
 - f) executar o sorteio, quando for o caso;
 - g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação.



11.3.1. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Contratação.

Terceira Sessão

11.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros "04", com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros "04";
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) efetuar negociação com a licitante mais bem classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº14.133/21, art. 61, § 1º, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;
- h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
- i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado, com a indicação da ordem de classificação.

Quarta Sessão

11.5. A Comissão de Contratação convocará as licitantes, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros "05", cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros "05";



e) informar o seguinte:

e1) o resultado da habilitação;

e2) que na ausência de algum representante legal, o resultado da habilitação será publicado;

e3) que será publicado, o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenham sido interpostos recursos, com base no que dispõe o art. 165, § 1º, alíneas I e II do art. 165 da Lei nº 14.133/2021, ou tenha havido desistências.

12. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

12.1. As **02 (duas) licitantes vencedoras** deverão, no prazo de **05 (cinco) dias úteis**, contados a partir da **convocação formal da Administração**, **apresentar a garantia contratual prevista no Tópico 13 deste Termo de Referência**, bem como **proceder à assinatura do respectivo Termo de Contrato**.

12.2. Caso as licitantes vencedoras se recusem a assinar o contrato no prazo acima estipulado, a Prefeitura Municipal de Caucaia - CE poderá, a seu critério, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no Artigo 90 da Lei nº 14.133/2021.

12.3. Se as licitantes vencedoras se recusarem a constituir a garantia contratual ou a assinar o contrato, a Prefeitura Municipal de Caucaia-CE lhes aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder aplicar-lhe outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

12.4. O contrato para a execução dos serviços objeto desta licitação, terá duração de doze meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

12.4.1. Esse prazo poderá ser prorrogado sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, a juízo da Prefeitura de Caucaia-CE, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 108 da Lei nº 14.133/2021.

12.5. A Prefeitura de Caucaia-CE poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado.

12.6. Às contratadas poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na legislação aplicável e no contrato a ser firmado entre as partes.

12.7. Será da responsabilidade das contratadas o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

12.8. Obrigam-se também as contratadas por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato que vier a ser assinado.

12.9. As contratadas deverão prestar esclarecimentos sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam, independentemente de solicitação.

12.10. As contratadas só poderão divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Concorrência, que envolvam o nome da Prefeitura de Caucaia-CE, se houver expressa autorização desta.

12.11. É vedado às contratadas caucionarem ou utilizarem o contrato resultante da presente Concorrência para qualquer operação financeira sem prévia e expressa autorização da Prefeitura Municipal de Caucaia - CE.



12.12. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta Concorrência.

12.13. A Prefeitura Municipal de Caucaia-CE realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pelas contratadas, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços praticada.

12.13.1. A avaliação semestral será considerada para aquilatar a necessidade de solicitar às contratadas que melhorem a qualidade de serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o respectivo contrato; para fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

12.14. As contratadas poderão utilizar os serviços de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

12.14.1. No prazo máximo de trinta dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, as contratadas deverão comprovar que possuem estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à Prefeitura Municipal de Caucaia-CE.

12.15. Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência e, quando for o caso, as Propostas de Preços com elas negociadas.

13. DA GARANTIA CONTRATUAL

13.1. Após a adjudicação do objeto do certame e até a data da contratação, as licitantes vencedoras deverão prestar garantia contratual correspondente a 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, em conformidade com o disposto no art. 98 da Lei Federal nº 14.133/2021, vedada à prestação de garantia através de Títulos da Dívida Agrária.

13.2. Na garantia deverá estar expresse prazo de validade superior a 90 (noventa) dias do prazo contratual.

13.3. A garantia prestada será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente, através do IGPM (índice Geral de Preços Mercado), conforme dispõe o art. 100 da Lei Federal nº 14.133/2021.

13.4. A não prestação de garantia equivale à recusa injustificada para a contratação, caracterizando descumprimento total da obrigação assumida, ficando a adjudicatária sujeita às penalidades legalmente estabelecidas, inclusive multa.

14. DA VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

14.1. O prazo de vigência deste contrato é de 12 (doze) meses, contado da sua assinatura, prorrogável por até 10 (dez) anos, na forma do art. 106 e 107 c/c o art. 94 tudo da Lei nº 14.133/2021.



14.1.1. A prorrogação de que trata este subitem 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.

15. OBRIGAÇÕES DAS CONTRATADAS / OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

15.1. São obrigações das CONTRATADAS:

15.1.1. Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

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

15.1.2.1. As CONTRATADAS poderão contratar terceiros para a execução, produção e distribuição de campanhas e de peças publicitárias.

15.1.3. Comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data de assinatura deste instrumento, que possui estrutura completa (infraestrutura, recursos humanos e materiais) para o atendimento da CONTRATANTE, compatível com o volume e com a característica dos serviços a serem prestados. No tocante aos recursos humanos que ficarão exclusivamente à disposição da CONTRATANTE, deverão estar disponíveis, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- a) Dois profissionais na área de atendimento;
- b) Um profissional na área de planejamento;
- c) Dois profissionais na área de criação;
- d) Um profissional nas áreas: de produção impressa, de produção eletrônica e de design/computação gráfica;
- e) Um profissional na área de mídia.

15.1.3.1. A CONTRATADA, a seu critério, poderá utilizar-se da matriz ou de seus escritórios ou filiais em outras Unidades da Federação para serviços de planejamento, estudo e criação/concepção que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

15.1.3.2 A CONTRATADA se compromete a utilizar os profissionais indicados na Proposta Técnica, da Concorrência que deu origem a este Contrato, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

15.1.3.4. A CONTRATADA manterá, à frente dos serviços, um representante credenciado (por escrito), o qual será responsável pela direção dos serviços contratados e representará a CONTRATADA perante a CONTRATANTE.

15.1.3.5. A CONTRATADA deverá cumprir os prazos de execução dos serviços no desenvolvimento de cada ação, conforme as condições estabelecidas entre as partes, sob pena de aplicação das penalidades cabíveis.

15.1.4. Não será admitida a subcontratação de agência de publicidade e propaganda, para execução dos serviços objeto deste contrato. Tal vedação justifica-se pelo fato de que os serviços de publicidade demandam execução direta pela contratada, uma vez que envolvem responsabilidade técnica integral, identidade criativa, coerência estratégica e controle contínuo das ações comunicacionais. A fragmentação da execução poderia comprometer a padronização



da comunicação institucional, dificultar a gestão e a fiscalização contratual, além de gerar riscos à qualidade, à efetividade das campanhas e ao adequado atendimento ao interesse público (A vedação de subcontratação, neste caso, decorre da **natureza especial e predominantemente intelectual** do objeto – planejamento, concepção, criação, produção técnica dirigida e gestão integrada de campanhas de publicidade institucional e de utilidade pública – cuja **qualidade e coerência estratégica** dependem diretamente da atuação da própria contratada, com equipe multidisciplinar própria, sob **coordenação técnica unitária e responsabilidade integral** perante a Administração. A **Lei nº 14.133/2021** autoriza que o **edital e/ou regulamento** possam **vedar, restringir ou condicionar** a subcontratação (art. 122, §2º), justamente para preservar a integridade do resultado quando a prestação exigir controle técnico e curadoria criativa centralizados na contratada.

15.1.4.1. As cotações de preços deverão ser elaboradas em papel timbrado e conter, no mínimo, as seguintes informações:

- a) Razão Social;
- b) CNPJ;
- c) Endereço completo;
- d) Telefone, fax e e-mail para contato;
- e) Descrição detalhada do produto ou serviço cotado, quantidade, preço unitário e preço total;
- f) Local e data de emissão;
- g) Nome por extenso, assinatura, cargo e função de seu representante;
- h) Anexar o orçamento do fornecedor da cotação do preço devidamente assinado.

15.1.4.2. É facultado à CONTRATANTE sempre que achar necessário exigir que as cotações de preços apresentadas pelo CONTRATADO estejam acompanhadas dos seguintes documentos:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ/MF;
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativa ao domicílio ou à sede do terceiro, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da cotação;
- c) Prova de regularidade para com:
 - c.1.) Fazenda Federal (Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União);
 - c.2.) Fazenda Estadual;
 - c.3.) Fazenda Municipal;
 - c.4.) INSS – Certidão Negativa de Débito/INSS;
 - c.5.) FGTS – Certificado de Regularidade do FGTS;
 - c.6.) Trabalhista – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas.

15.1.4.3. É facultado à CONTRATANTE realizar cotação de preço junto a outros fornecedores, observadas as mesmas especificações e as mesmas condições de cotação utilizadas pela CONTRATADA.

15.1.4.4. Todas as cotações formarão uma única base, da qual será escolhida e contratada a cotação de menor preço e/ou a de maior vantagem para a CONTRATANTE.

15.1.4.5. Sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do Contrato, a CONTRATADA procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.



15.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições de preços nas negociações junto a fornecedores e veículos de comunicação e divulgação e transferir a CONTRATANTE as vantagens obtidas.

15.1.5.1. Pertencem a CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempos e ou espaços publicitários diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de comunicação e divulgação.

15.1.5.1.1 O disposto no item 15.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de comunicação e divulgação à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

15.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, para os direitos autorais de imagem e de som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

15.1.7. Obter da CONTRATANTE anuência prévia e por escrito de tudo o que vier a ser realizado por terceiros, responsabilizando-se pela boa execução dos serviços, seja qual for a forma de execução das atividades relacionadas ao objeto deste Contrato.

15.1.8. Ser responsável por orientar a produção dos materiais e das peças gráficas e eletrônicas, aprovadas pela CONTRATANTE, atestando a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

15.1.9. Conferir (checking) os mapas de veiculação, fornecidos pelos veículos de comunicação, podendo valer-se de instrumentos verificadores de veiculação que se prestem a esse fim.

15.1.10. Entregar, como comprovante de peça(s) produzida(s), exemplar(es) para arquivo, conforme quantidade a ser definida pela CONTRATANTE para cada tipo de item.

15.1.11. Fornecer à CONTRATANTE, sempre que solicitado, um caderno em formato A4, contendo o resumo da ação (produção e veiculação da campanha publicitária).

15.1.12. Produzir e entregar ao final de cada ano ou ao final da vigência deste contrato, o que ocorrer primeiro, em CD ou em DVD ou outro meio magnético adequado, portfólio dos trabalhos que realizou (período: 01/01 a 31/12 ou início da vigência a 31/12 ou 01/01 até o final da vigência) para a CONTRATANTE.

15.1.13. Produzir, após a aprovação do serviço pela CONTRATANTE, uma cópia BETACAM ou similar editável e uma em DVD ou outro meio magnético adequado de cada filme para TV; uma cópia, em DVD ou outro meio magnético adequado, de spots e jingles de rádio, de peças de internet, de anúncios para revistas ou para jornais e demais peças impressas. Além disso, fará a digitalização de todas as peças produzidas e encaminhará todo este material à CONTRATANTE, no prazo de até 10 (dez) dias úteis, a contar de sua finalização, conforme o serviço realizado pela contratada.

15.1.14. Registrar em Relatórios semanais, as demandas recebidas e as atividades realizadas pela CONTRATADA em relação a cada uma das ações em desenvolvimento, os Briefings e as reuniões subsequentes para o desenvolvimento de cada ação. Os relatórios semanais deverão ser assinados e enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE no dia acordado entre as partes. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento dos respectivos relatórios.

15.1.15. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE,



respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratados.

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

15.1.17. Não utilizar o presente Contrato em qualquer operação financeira.

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

15.1.19. Cumprir a legislação trabalhista e previdenciária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de terceiros contratados.

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

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

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

15.1.23. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e com a própria CONTRATANTE.

15.1.24. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este Contrato.

15.1.25. Exigir de terceiros em casos de contratação para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, as mesmas condições do presente contrato, inclusive a regularidade fiscal prevista no Art. 68 da Lei nº 14.133/2021.

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

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

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

15.1.29. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que esta



tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

15.1.30. Responder por qualquer ação, de qualquer natureza, em âmbito administrativo, ou ação judicial, movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.

15.1.31. As responsabilidades imputadas à CONTRATADA, por prejuízos decorrentes de ações delitivas perpetradas contra a CONTRATANTE, não cessam com a rescisão deste contrato.

15.1.32. O contratado fica obrigado a **aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões** que se fizerem necessários no objeto, **até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato**, nos termos do **art. 125 da Lei nº 14.133/2021**.

15.1.32.1. A **supressão que ultrapassar o limite de 25%** somente poderá ocorrer **mediante acordo entre as partes**, devidamente **justificado e formalizado**, observados o interesse público e a manutenção do equilíbrio econômico-financeiro do contrato.

15.1.33. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, durante o período mínimo de 05 (cinco) anos após a extinção do presente Contrato.

15.2. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo contratado, de acordo com este instrumento e seus anexos;

15.2.1. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas neste Termo;

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

15.2.3. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo contratado;

15.2.4. Comunicar o contratado para emissão de nota fiscal relativa à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento, quando houver controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, conforme o art. 143 da Lei nº 14.133/2021;

15.2.5. Efetuar o pagamento ao contratado do valor correspondente a execução do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos neste termo;

15.2.6. Aplicar as sanções previstas na lei e edital, quando do descumprimento de obrigações pelo contratado;

15.2.6. Emitir explicitamente decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do contrato.

15.2.7. A Administração terá o prazo de 30 dias, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.

15.2.8. Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pela **CONTRATADA** no prazo máximo de 30 dias.

15.2.9. Não responder por quaisquer compromissos assumidos pelo **CONTRATADA** com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado

[Handwritten signatures and initials in blue ink]



a terceiros em decorrência de ato do **CONTRATADA**, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

16. DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

16.1.1. A fiscalização dos serviços será exercida pelo gestor do contrato, ou por preposto devidamente credenciado, que terá poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou as falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste Contrato.

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

16.2.1. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste Contrato.

16.3. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CONTRATANTE.

16.3.1 Não será permitido a CONTRATADA declinar de nenhuma solicitação dos serviços.

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

16.5. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, a sua expensa e nos prazos estipulados pela fiscalização.

16.6. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

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

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

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

16.10. A CONTRATANTE realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

16.10.1. A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para aquilatar a necessidade de solicitar à CONTRATADA que melhore a qualidade dos serviços prestados para decidir sobre a conveniência de prorrogar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente Contrato; para fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

17. DA REMUNERAÇÃO



17.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

17.1.1. Percentual de desconto, sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará.

17.1.2. Percentual de honorários, referentes à produção de peças e de materiais decorrentes do estudo ou de criação intelectual da agência contratada e sob sua supervisão cuja distribuição não proporcione à Licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

17.1.3. Percentual de honorários, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.

17.2. Em relação aos direitos autorais:

17.2.1. À atores e modelos, em relação ao cachê original, pelos direitos de uso de imagem e de som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, a CONTRATANTE pagará no máximo 50% do valor contratado.

17.2.2. Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, a CONTRATANTE pagará no máximo 50% do valor contratado.

17.2.3. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado, mediante aplicação do Índice de Preços ao Consumidor Ampliado – IPCA (IBGE), desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

17.2.3.1. Quando da reutilização de peças por período inferior ao inicialmente contratado, o limite máximo que a CONTRATANTE se propõe a pagar será obtido dividindo-se o valor total originalmente pago pelo número de meses contratados, para em seguida, multiplicar-se o valor correspondente a um mês pelo número de meses que será renovado.

17.2.3.2. A CONTRATADA se compromete a sempre negociar as melhores condições de preço.

17.3. A CONTRATADA não fará jus:

17.3.1. Às despesas com deslocamento (passagens aéreas e terrestres, hospedagens, alimentação) de seus profissionais ou de seus representantes.

17.3.2. À honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por terceiros, referentes à produção de peças e de materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

18. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

18.1. Entregar à CONTRATANTE, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 (dez) de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas referente a demanda dos serviços, oriundos do mês anterior, com o respectivo acompanhamento de seus comprovantes de realização.

18.2. Os documentos de cobrança da CONTRATADA, compostos de sua Fatura com a respectiva Nota Fiscal do terceiro, acompanhada dos comprovantes dos respectivos serviços prestados, serão liquidados por meio de depósito bancário.

18.3. Quaisquer **alterações nos dados bancários da CONTRATADA** deverão ser **formalmente comunicadas à CONTRATANTE, por meio de expediente administrativo**



protocolado junto à **unidade administrativa responsável pela gestão e fiscalização do contrato**, acompanhado da documentação comprobatória pertinente.

18.4. O CNPJ que deverá constar nas faturas/notas fiscais apresentadas e na conta corrente indicada para fins de pagamento deverá ser exatamente o mesmo CNPJ utilizado pela CONTRATADA na celebração deste contrato.

18.5. O CNPJ que deverá constar das Notas Fiscais dos fornecedores deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

18.6. Nos documentos fiscais da CONTRATADA, referentes ao pagamento de terceiros, deverá constar, necessariamente, o número do contrato; o número do documento que autorizou a veiculação ou produção do serviço; a razão social do fornecedor com seu respectivo CNPJ.

18.7. Correrão por conta da CONTRATADA o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito.

18.8. Os pagamentos serão efetuados após o recebimento dos serviços, mediante apresentação de Nota(s) Fiscal(is)/Fatura(s), após o atesto pela CONTRATANTE, a qual acontecerá da seguinte forma:

18.8.1. Veiculação: em até 30 (trinta) dias após o mês de veiculação, mediante apresentação dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos veículos, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação;

18.8.2. Produção: em até 30 (trinta) dias após o mês de produção, mediante apresentação dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos fornecedores, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes;

18.8.3. Outros serviços: realizados por terceiros nos vencimentos previamente ajustados com a CONTRATANTE, mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos fornecedores e respectivos comprovantes.

18.8.4. Para fins de pagamento, a CONTRATADA deverá apresentar, de sua pessoa jurídica e dos fornecedores a que se referem, juntamente com a Nota(s) Fiscal(is)/Fatura, os seguintes documentos:

a) Certidão Negativa de Débito do INSS;

b) Certificado de Regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;

c) Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União da Fazenda Federal), Estadual e Municipal nos seus respectivos órgãos;

d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas.

18.8.5. A não apresentação da Certidão Negativa de Débito do INSS, do Certificado de Regularidade do FGTS e da Certidão Negativa de Débito (CND) relativa aos Tributos Federais, Estaduais e Municipais, bem como a Certidão Negativa de Débitos Trabalhista ou a irregularidade destas, não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a CONTRATADA será comunicada quanto à necessidade de apresentação e/ou regularização de tais documentos em até 30 (trinta) dias.

18.8.6. Decorrido o prazo acima, persistindo a irregularidade, poderá ser rescindido, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, no caso de as certidões se referirem à pessoa jurídica da CONTRATADA. Caso se referirem à pessoa jurídica dos fornecedores emitentes das Notas Fiscais, a CONTRATADA será notificada para não mais agenciá-los, até que a situação fiscal dos mesmos esteja regularizada.



18.8.7. Deflagrada a situação do item anterior, fica facultado à CONTRATANTE oficialiar a ocorrência ao INSS, no caso da CND/INSS, à Caixa Econômica Federal, no caso do CRF, aos órgãos competentes, no caso de CND relativa aos Tributos Federais, Estaduais e Municipais e ao Ministério Público do Trabalho no caso dos Tributos Trabalhistas.

18.8. Caso o serviço, seja recusado ou o documento fiscal apresente alguma incorreção, será considerado como não entregue e o prazo de pagamento será contado a partir da data de regularização.

18.9. A CONTRATANTE efetuará as retenções dos tributos incidentes no faturamento, de acordo com a legislação vigente.

18.10. Ocorrendo atraso de pagamento por culpa da CONTRATANTE, será procedida a atualização monetária decorrente desse atraso, com base na variação pro rata tempore do IGP-M (FGV), verificado entre a data prevista para o pagamento e a data em que o mesmo for efetivado.

18.11. A CONTRATANTE não acatará a cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título, em bancos ou outras instituições do gênero.

18.12. Os pagamentos efetuados pela CONTRATANTE não isentam a CONTRATADA de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

18.13. A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

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

18.15. A CONTRATADA apresentará cópias dos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, até o 5º dia útil do mês subsequente ao do pagamento realizado pela CONTRATANTE.

19. DA SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

19.1. Pela inexecução total ou parcial, a CONTRATANTE poderá aplicar à CONTRATADA, sem prejuízo da reparação dos danos causados, as seguintes sanções:

19.1.1. Advertência: será aplicada quando ocorrer o descumprimento das obrigações assumidas, podendo ser cumulada com outra penalidade;

19.1.2. Multa: será aplicada nos seguintes casos:

19.1.2.1. O atraso injustificado na execução, sujeitará a CONTRATADA à multa de mora, na forma a seguir, garantida a defesa prévia:

a) Atraso na alocação dos profissionais pontuados tecnicamente na estrutura da agência, a contar do 31º (trigésimo primeiro) dia da data da assinatura deste contrato: em 0,01% (um centésimo por cento) sobre o valor global, por profissional faltante e por dia de atraso, até o 61º (sexagésimo primeiro) dia. Da data da assinatura: em 0,1% (um décimo por cento) sobre o valor global deste contrato, por profissional faltante e por dia de atraso.

b) Atraso na implantação da estrutura a contar do 61º (sexagésimo primeiro) dia: em 0,1% (um décimo por cento) sobre o valor global, por dia de atraso.

c) Atraso na apresentação/atualização da garantia de execução contratual, estabelecida em 1% (um por cento) do valor total da garantia prestada, por dia de atraso, até o limite de 10 (dez) dias úteis.



d) Ocorrência de atrasos em qualquer outro prazo previsto neste instrumento não abrangidos pelas alíneas anteriores: em 0,01 % (um centésimo por cento) do valor global deste instrumento, por dia de atraso.

19.1.2.2. Pela inexecução total ou parcial serão aplicadas multas na forma a seguir, garantida a prévia defesa:

a) Quando a CONTRATADA incorrer em alguma das hipóteses, Contrato (rescisão unilateral): em 10% (dez por cento) do valor global atualizado deste Contrato.

b) Não-apresentação/atualização da garantia de execução contratual, após o limite de prazo em 50% (cinquenta por cento) do valor total da garantia prestada, sem prejuízo da rescisão contratual e demais penalidades previstas neste Contrato.

c) Pela não-manutenção das condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação em 10% (dez por cento) sobre o valor global atualizado deste Contrato, sem prejuízo da rescisão contratual e demais penalidades previstas neste Contrato.

d) Utilizar o presente Contrato em qualquer operação financeira em 10% (dez por cento) do valor global atualizado deste Contrato, sem prejuízo da rescisão contratual e demais penalidades previstas neste Contrato.

e) Ocorrência de quaisquer outros tipos de descumprimento em 0,1% (um décimo por cento) do valor global atualizado deste Instrumento para cada evento.

19.1.2.3. As multas previstas, são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, ficando, porém, o total das multas, limitado a 20% (vinte por cento) do valor total atualizado deste Contrato, sendo que, acima desse percentual a CONTRATADA ficará sujeita à rescisão contratual.

19.1.2.4. Em caso de descumprimento deste Contrato, além das multas de mora, a CONTRATADA responderá por quaisquer danos e prejuízos sofridos pela CONTRATANTE.

19.1.2.5. Não serão aplicadas multas decorrentes de casos fortuitos ou força maior ou razões de interesse público, devidamente comprovados.

20. DAS ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

20.1. O Contrato poderá ser alterado após a sua assinatura, mediante prévia justificativa formal, nos casos previstos na Lei nº 14.133/2021, especialmente em seus arts. 124 a 136, observadas as condições e os limites legais.

20.2. As alterações contratuais poderão ocorrer:

20.2.1. Unilateralmente, pela CONTRATANTE, quando houver interesse público devidamente motivado, nas seguintes hipóteses:

a) Modificação do projeto ou das especificações, para melhor adequação técnica aos objetivos da contratação, respeitados os direitos do contratado;

b) Modificação do valor contratual, em decorrência de acréscimo ou diminuição quantitativa do objeto, observados os limites legais previstos na Lei nº 14.133/2021, mantidas as condições iniciais do contrato.

20.2.2. Por acordo entre as partes, nas seguintes hipóteses:

a) Quando necessária a modificação do modo de execução e/ou do cronograma de fornecimento, em razão de verificação técnica da inaplicabilidade das condições originalmente pactuadas;

b) Quando necessária a modificação da forma de pagamento, em decorrência de circunstâncias supervenientes devidamente justificadas, mantido o valor inicial atualizado, vedada a



antecipação de pagamento sem a correspondente contraprestação, em observância ao cronograma financeiro;

c) Para restabelecer o equilíbrio econômico-financeiro inicial do contrato, quando sobrevirem fatos imprevisíveis ou previsíveis de consequências incalculáveis, retardadores ou impeditivos da execução contratual, ou ainda em casos de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe, configurando álea econômica extraordinária e extracontratual, nos termos da Lei nº 14.133/2021;

d) Quando conveniente e devidamente justificada a substituição da garantia de execução contratual, desde que mantidas as condições originalmente pactuadas e aceita pela Administração.

20.3. As alterações contratuais serão formalizadas por meio de **termo aditivo**, devidamente motivado, instruído com parecer técnico e jurídico, quando exigido, e publicado na forma da legislação vigente.

ANEXO I - BRIEFING

A Prefeitura de Caucaia torna pública a abertura de um processo licitatório para a contratação de uma empresa de publicidade e propaganda. O objetivo é selecionar uma agência capaz de prestar serviços completos e especializados em comunicação e publicidade, promovendo os serviços prestados, eventos, equipamentos e outras necessidades de comunicação da devida gestão. A organização vencedora do certame será encarregada de todas as etapas do projeto, desde o planejamento estratégico e o estudo do cenário até a divulgação e o acompanhamento da veiculação das campanhas. A meta é assegurar uma comunicação eficaz com o público-alvo e otimizar o investimento dos recursos públicos.

Os serviços a serem executados pela agência englobam:

- **Análise e Planejamento:** Inclui a avaliação do contexto em que vivemos, a definição de metas para a comunicação, a identificação do público que queremos alcançar, o estudo do mercado e a criação de estratégias de comunicação que estejam de acordo com as necessidades do município.
- **Criação e Desenvolvimento:** Abrange a elaboração de ideias criativas e originais para as campanhas publicitárias, o que inclui a criação de slogans, temas e mensagens-chave que transmitam de maneira clara e marcante todas as necessidades de comunicação entre a Prefeitura de Caucaia e seus cidadãos.
- **Produção:** Engloba a criação e elaboração de materiais publicitários para diversas plataformas de comunicação, incluindo impressos (como folders e cartazes), mídias



digitais (como banners e posts para redes sociais), spots de rádio, vídeos (como comerciais para TV e internet) e outros formatos relevantes, sempre destacando as qualidades e oportunidades que o município oferece para o turismo de negócios.

- **Execução Interna:** Trata-se da produção interna de materiais e a gestão de projetos, garantindo o cumprimento dos prazos e a qualidade dos materiais criados, produzidos e enviados.
- **Gerenciamento e Supervisão da Execução Externa:** Envolve a negociação com os veículos de mídia (rádio, TV, jornais, portais online, etc.), a contratação de prestadores de serviço externos (como gráficas e produtoras de vídeo) e o acompanhamento da produção e veiculação das campanhas, com o objetivo de assegurar a correta aplicação do plano de mídia e o alcance dos resultados desejados.
- **Distribuição de Publicidade aos Veículos e Demais Meios de Divulgação:** Consiste no envio e monitoramento da veiculação dos materiais publicitários nos diversos canais de comunicação, com o intuito de avaliar a audiência, o impacto e a eficácia das campanhas.

A Prefeitura de Caucaia necessita contratar uma agência de propaganda qualificada para promover ações e serviços públicos, informar a população, fortalecer a imagem da administração municipal e, assim, alcançar seus objetivos de comunicação.

CONTEXTOS GEOGRÁFICOS, DEMOGRÁFICOS, POLÍTICOS E ECONÔMICOS DE CAUCAIA

Caucaia, com 46.265 empresas ativas e 22.081 empregos diretos, é conhecida pelas suas grandes oportunidades e forte ligação com atividades econômicas, incluindo o Complexo Industrial e Portuário do Pecém. Apesar de ainda depender das oportunidades vizinhas, Caucaia busca autonomia econômica, incentivando empresas, indústrias e turismo na região. A atração de investimentos privados e públicos visa trazer mais recursos para o município e a gestão pública.

1. Aspectos Territoriais e Demográficos:

Caucaia, com área de 1.229,51 km², está a 17,9 km de Fortaleza, com 353.932 habitantes e densidade demográfica de 264,91 hab/km².

2. Situação demográfica:

Com o Censo 2024, Caucaia registrou um aumento de 11,28% na população total, 355.679 habitantes, sendo o segundo município mais populoso do Ceará, com uma taxa de 290,77 habitantes por km² e uma média de 2,94 moradores por residência



3. Infraestrutura e Meio Ambiente:

Apresentando um grande potencial para geração de energia limpa. A malha viária local está sendo expandida e remodelada para se adequar às novas demandas, com a inclusão de novas redes de água, drenagem e esgotamento sanitário. Os modais de transporte rodoviário e metroviário também estão sendo remodelados, assim como os meios de comunicação.

A Lei nº 2.559 de 2014 protege o patrimônio natural e cultural de Caucaia, incluindo bens móveis, imóveis, materiais e imateriais de interesse público. A paisagem natural da região e áreas de proteção ambiental como o Estuário do Rio Ceará, o Lagamar do Cauípe, a Estação Ecológica do Pecém e o Parque Estadual Botânico do Ceará também estão incluídos na lei.

4. Educação e Saúde

Caucaia possui um sistema educacional composto por 135 escolas municipais e seus 50 anexos, além de 28 unidades estaduais, 2 escolas de ensino profissionalizante, 20 escolas particulares e um campus do IFCE.

Na saúde, Caucaia conta com um Hospital Geral, uma Maternidade, duas UPAs Tipo 3, uma Policlínica, 47 UBS, um Centro de Saúde do Homem, três CAPS e dois CEOs. O município também oferece residência médica e suporte de laboratórios, clínicas e serviços credenciados.

5. Indústria, Comércio e Serviços:

O município é apontado como o melhor do estado e o décimo melhor do Brasil para se investir no setor industrial, segundo a pesquisa "Melhores Cidades para Fazer Negócios 2020", realizada pela Urban Systems. Caucaia concorria com 325 municípios brasileiros com população superior a 100 mil habitantes.

Em 2017, a indústria representava 52,04%, serviços 45,43% e a agropecuária 1,05%. O turismo se destaca, com diversas praias entre a barra do rio Ceará e o Complexo Industrial e Portuário do Pecém.

O município também abriga um próspero setor de comércio atacadista, com diversos centros de distribuição e uma variedade de estabelecimentos varejistas. Destaca-se o condomínio logístico "Cidade do Atacado", o maior complexo empresarial da América Latina, e o OFF Outlet Fashion, o maior empreendimento do tipo nas regiões Norte e Nordeste. Além disso, a cidade conta com um polo de serviços, com profissionais liberais de diversas áreas que contribuem para o dinamismo e crescimento da economia local.

6. Turismo:

Um dos grandes atrativos do município, as praias de Caucaia tem se tornado destinos cada vez mais procurados para temporadas, passeios ou práticas esportivas. Com a qualificação e



ampliação da rede hoteleira, agora são oferecidos serviços tanto para turistas locais quanto externos com excelências certificadas nos padrões mais exigentes.

Praias em Caucaia:

- Barra do Cauípe
- Praia de Cumbuco
- Praia dos Dois Coqueiros
- Praia de Icarai
- Praia de Iparana
- Praia do Pacheco
- Praia de Tabuba

A rede hoteleira oferece 3.816 leitos em 65 hotéis e pousadas. O governo estadual trabalha para atrair turistas internacionais, com foco em mercados como Portugal, França, Estados Unidos, Itália, Argentina, Alemanha e Ásia.

6.1. Turismo Esportivo

O turismo em Caucaia é impulsionado por eventos esportivos diversificados através de competições esportivas locais, nacionais e internacionais, com destaque para esportes de prancha e vela. As belezas naturais da região, como sol, vento, mar e dunas, convidam para passeios de buggy, jangada e prática de surf.

6.2 Turismo socioeconômico

A rica cultura local de Caucaia, que se expressa de maneira vibrante através da moda praia, com suas cores e designs únicos, da culinária, com seus pratos típicos e ingredientes frescos, da música, com seus ritmos contagiantes e instrumentos tradicionais, e da dança, com seus movimentos expressivos e coreografias envolventes, complementa de maneira significativa a experiência turística, proporcionando aos visitantes uma imersão profunda na identidade e nas tradições da região.

6.3 Ecoturismo

As áreas verdes das serras da Conceição, Juá e Camará, com suas trilhas sinuosas que convidam à exploração, cachoeiras que despencam em meio à vegetação exuberante e formações rochosas que moldam a paisagem, oferecem um cenário perfeito para a prática do ecoturismo. A caatinga, presente no sertão, com sua flora e fauna únicas e adaptadas a um clima semiárido, constitui um bioma singular no mundo, despertando a curiosidade e o interesse de visitantes que buscam experiências autênticas em contato com a natureza. A preservação desses ecossistemas frágeis e a promoção de atividades turísticas sustentáveis são essenciais para o desenvolvimento econômico e social da região, garantindo a proteção da biodiversidade e o bem-estar das comunidades locais



6.4 Turismo Cultural

Os bens da cultura material e imaterial e a hospitalidade da gente caucaiense, descendente de brancos, negros e índios vão além. Fundada por missionários jesuítas com atuação na vila e freguesia desde o advento do governo do Marquês de Pombal, Caucaia guarda em suas igrejas, na antiga Casa da Câmara, em duas aldeias, oito comunidades quilombolas e nas famílias ciganas residentes na faixa litorânea (os primeiros ciganos a desembarcar no Brasil) seus tesouros do período colonial.

6.5 Turismo gastronômico

Às margens das estradas, os turistas encontram a culinária preparada em fogão a lenha, como galinha caipira, buchada, panelada e tapioca com leite de coco. Para os que preferem algo mais substancial, o cardápio inclui ainda pratos típicos à base de milho, como canjica, pamonha, mungunzá e angu. Em sítios e fazendas, descansa em redes, tome leite recém-ordenhado, pesque tilápias nos açudes e caminhe sobre lajes de pedras dispostas há séculos nas serras da Conceição, do Juá e na subida da Rajada, onde também se encontram uma Casa Grande e uma Senzala.

6.6 Turismo de negócios

Com a presença de grandes empresas nacionais e internacionais que vão do Complexo Industrial e Portuário do Pecém aos polos industriais do município, muitos executivos de empresas e outros colaboradores costumam visitar o Caucaia a trabalho e, entre um compromisso e outro, aproveitam as maravilhas locais. Muitas vezes, retornando posteriormente.

7. Incentivos Fiscais:

A Prefeitura de Caucaia oferece incentivos fiscais para empresas que se instalem no município, especialmente nas áreas de turismo e hotelaria, tecnologia da informação, pesquisas tecnológicas e científicas, logística estruturante e pesquisas científicas e formação profissional.

A Prefeitura de Caucaia, através da Lei nº 2030/2003, alterada pela Lei nº 2.553/2014, incentiva o empreendedorismo local, oferecendo apoio a sociedades empresariais e simples, nos setores de turismo, hotelaria, tecnologia da informação, pesquisas tecnológicas e científicas, logística estruturante e formação profissional. As empresas que cumprirem os requisitos da Lei 2.553/2014 podem receber incentivos fiscais, como redução do IPTU, ITBI e taxas de alvarás, com base em critérios como número de empregados, faturamento, investimentos, setor, cadeia produtiva, localização geográfica e responsabilidade social e ambiental.

Segmentos mais favoráveis para incentivos fiscais:

- Turismo e hotelaria

[Handwritten signatures and initials in blue ink]



- Tecnologia da informação
- Pesquisas tecnológicas e científicas
- Logística estruturante
- Pesquisas científicas e formação profissional

8. A campanha publicitária:

Após análise do contexto geral de Caucaia, propomos aos licitantes a criação de uma campanha publicitária que promova as oportunidades turísticas para que, com a movimentação econômica dessa atividade, Caucaia atraia investimentos externos e internos gerando crescimento, mais empregos e oportunidades para melhorias da gestão pública através da arrecadação.

Público-alvo:

Micro, médio e grandes empreendedores, assim como CEOs e executivos de empresas nacionais e multinacionais.

Praça e período:

De acordo com estratégia da licitante

Caucaia/CE, 08 de dezembro de 2025.

Michael Silva dos Santos

Michael Silva dos Santos
Demandante da Secretaria Municipal
de Educação

Vitor Azin Sarriune Cavalcante

Vitor Azin Sarriune Cavalcante
Demandante da Secretaria Municipal de
Infraestrutura

Jose Trismar de Sousa Rocha

Jose Trismar de Sousa Rocha
Demandante da Secretaria Municipal
de
Cultura

Ana Angelica Bastos Vasconcelos

Ana Angelica Bastos Vasconcelos
Demandante do Instituto do Meio Ambiente

Paula Roberta Coelho Gomes

Paula Roberta Coelho Gomes
Demandante da Secretaria Municipal
de Turismo

Rodrigo Garcia Soares

Rodrigo Garcia Soares
Demandante da Secretaria Municipal de
Saúde



Caucaia
PREFEITURA



Beatriz Magalhães Queiroz

Beatriz Magalhães Queiroz
Demandante do Gabinete do Prefeito

Isaac Ricardo

Isaac Ricardo Coutinho Bilhar
Demandante da Assessoria de Comunicação

Priscila Monteiro De Nojosa

Priscila Monteiro Nojosa
Demandante da Secretaria Municipal
de Administração e Recursos
Humanos

Maria Erlania Moreira Brito

Maria Erlania Moreira Brito
Demandante da Secretaria Municipal de
Planejamento Urbano e Ambiental

José Diego Conde da Silva Souza

José Diego Conde da Silva Souza
Demandante da Secretaria Municipal
de Patrimônio e Transporte

Milena Mara de Almeida Rocha

Milena Mara de Almeida Rocha
Demandante da Secretaria Municipal de
Desenvolvimento Rural

Juan Martins Vasconcelos

Juan Martins Vasconcelos
Demandante da Secretaria Municipal
de Finanças, Planejamento e
Orçamento - SEFIN