



## CONCORRÊNCIA Nº 022/2025

**OBJETO:** Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto as das diversas Unidades Administrativas (Secretarias) da Prefeitura Municipal de Acopiara, conforme disposto neste instrumento convocatório.

*Handwritten signatures and initials*



## Glossário

- I - **Ação publicitária:** o conjunto dos serviços executados internamente pela agência contratada e dos serviços por ela intermediados junto a fornecedores e a veículos de divulgação, referente a peça e ou material publicitário, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral;
- II - **Agência:** a empresa de propaganda especializada na arte e na técnica publicitária, que, com a colaboração de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade;
- III - **Licitante:** pessoa física ou jurídica, ou consórcio de pessoas jurídicas, que participa ou manifesta a intenção de participar de processo licitatório, sendo-lhe equiparável, para fins da Lei, o fornecedor ou o prestador de serviço que, em atendimento à solicitação da Administração, oferece proposta.
- IV - **Contrato:** o instrumento firmado entre órgão ou entidade e a agência para a prestação de serviços de publicidade;
- V - **Contratante/anunciante:** o órgão ou a entidade que realize licitação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência e ou que seja signatário de contrato dessa espécie de serviços;
- VI - **Contratada:** a agência ou o consórcio de agências contratado para prestar serviços de publicidade;
- VII - **concorrência:** é a modalidade de licitação própria para contratos em que se admite a participação de quaisquer interessados, cadastrados ou não, que satisfaçam as condições do edital, convocados com a antecedência mínima prevista na lei, com ampla publicidade pelo órgão oficial e pela imprensa particular.
- VIII - **Instituição:** a Prefeitura Municipal de Acopiara/CE;
- IX - **Administração pública** - administração direta e indireta da União, dos Estados do Distrito Federal e dos Municípios, inclusive as entidades com personalidade jurídica de direito privado sob controle do poder público e as fundações por ele instituídas ou mantidas.
- X - **Agente público** - indivíduo que, em virtude de eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo, exerce mandato, cargo, emprego ou função em pessoa jurídica integrante da Administração Pública.
- XI - **Cadastro de fornecedores:** o cadastro de pessoas físicas ou jurídicas aptas a fornecer serviços especializados à contratada, relacionados com as atividades complementares referentes à execução do objeto do contrato;
- XII - **Atividades complementares:** as atividades referentes à execução de serviços especializados prestados por fornecedores, a saber:



- a) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação e sobre os resultados das campanhas realizadas;
- b) a produção técnica das peças e projetos publicitários criados;
- c) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

**XIII - Empreitada por preço global** - contratação da execução do serviço por preço certo e total.

**XIV - Briefing:** o documento elaborado pelo anunciante no qual são registradas, de forma clara, precisa e objetiva, as informações necessárias e suficientes para a elaboração de proposta pela licitante, na licitação;

**XV - Comissão de contratação:** conjunto de agentes públicos indicados pela Administração, em caráter permanente ou especial, com a função de receber, examinar e julgar documentos relativos às licitações e aos procedimentos auxiliares;

**XVI - Subcomissão técnica:** a subcomissão especialmente selecionada pelo anunciante, mediante sorteio, com a função de analisar e julgar as propostas técnicas apresentadas na licitação;

**XVII - Peça e material publicitário:** os elementos isolados de comunicação publicitária ou integrantes de uma campanha;

**XVIII - Campanha:** o conjunto coordenado de peças e ou material de publicidade criados e produzidos para veiculação, exposição e ou distribuição, conforme o caso;

**XIII - Mídia:** o conjunto dos meios e dos veículos de divulgação;

**XIX - Mídia off-line:** a que realiza a comunicação de uma marca, produto ou serviço em uma região específica com a utilização dos meios de divulgação tradicionais;

**XX - Mídia on-line:** a que dissemina conteúdos com alcance global fazendo uso de websites, blogs, newslette, banners, banners flutuantes, entre outros meios;

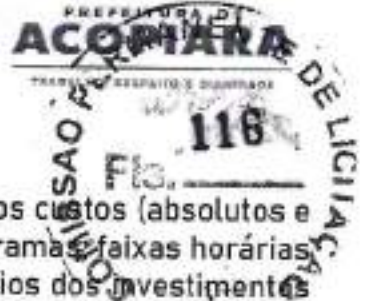
**XXI - Mídia out off home (OOH):** qualquer tipo de propaganda exterior que atinja o consumidor fora de casa;

**XXII - Mídia digital out off home:** propaganda exterior com o emprego de sinalização digital do tipo cardápio e vitrine digital, murai e empena de LED de alta resolução;

**XXIII - Mídia segmentada:** com estratégia personalizada possibilita vantagens competitivas, usa "filtros" para a identificação dos públicos e assim evita dispersão;

**XXIV - Mídia alternativa:** sem programar cinema, rádio, televisão, jornal, revista, painéis, outdoor e Internet, divulga mensagens de modo a reter a atenção dos públicos e é caracterizada pelo oportunismo, soluções prontas, inovadoras e diferenciadas.

**XXV - Não mídia:** os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de comunicação para a transmissão de mensagens publicitárias.



XXVI - **Plano de mídia:** documento em que são detalhados em planilhas os custos (absolutos e percentuais), de veiculações e ou exibições, os veículos, formatos, programas, faixas horárias e dados relativos a audiência, tiragem ou circulação, além dos somatórios dos investimentos por meios.

XXVII - **Pedido de inserção:** documento por meio do qual a contratada, após expressa autorização da contratante, formaliza a compra de espaço e ou tempo em um veículo de divulgação.

XXVIII - **Não mídia:** os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de comunicação para a transmissão de mensagens publicitárias.

XXIX - **veiculação:** a transmissão de mensagens publicitária por veículo de divulgação.

XXX - **distribuição:**

a) O modo, indicado pela licitante, como deve ser feita a veiculação, exposição e ou distribuição das peças e ou material integrante de sua proposta:

b) O encaminhamento de peças e ou material, pelo anunciante ou pela contratada, a públicos de interesse;

c) A referência genérica feita a procedimentos adotadas pela contratada para que peças ou material cheguem a veículos de divulgação.



## SUMÁRIO

1. Disposições iniciais
2. Objeto
3. Valor Contratual e Recursos Orçamentários
4. Condições de Participação
5. Retirada do Edital
6. Esclarecimentos sobre o Edital
7. Impugnação do Edital
8. Credenciamento dos Representantes
9. Recebimento das Propostas e dos Documentos de Habilitação
10. Entrega da Proposta Técnica
11. Apresentação da Proposta Técnica
12. Julgamento da Proposta Técnica
13. Entrega da Proposta de Preços
14. Apresentação da Proposta de Preços
15. Julgamento Final das Propostas Técnicas
16. Entrega dos Documentos de Habilitação
17. Apresentação dos Documentos de Habilitação
18. Análise dos Documentos de Habilitação
19. Comissão de Contratação e Subcomissão Técnica
20. Divulgação dos Atos Licitatórios
21. Recursos Administrativos
22. Procedimentos Licitatórios
23. Homologação e Adjudicação
24. Condições Pré-Contratuais
25. Garantia de Execução
26. Obrigações da Contratada e da Contratante
27. Fiscalização
28. Remuneração e Pagamento
29. Sanções Administrativas
30. Disposições Finais.

## ANEXOS:

ANEXO I - Briefing

ANEXO II - Modelo de Procuração

ANEXO III - Modelo de Proposta de Preços

ANEXO IV - Minuta do Contrato

ANEXO V - Estudo Técnico Preliminar (ETP)

ANEXO VI - Modelo de Declaração de inexistência de Fato Impeditivo

ANEXO VII - Modelo de Declaração de Conhecimento do instrumento Convocatória



PREFEITURA DE  
**ACOPIARA**



## EDITAL CONCORRÊNCIA Nº 022/2025

### 1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. A Prefeitura de Acopiara/CE, doravante denominado ANUNCIANTE, através das Secretarias de: Educação; Saúde; Trabalho e Desenvolvimento Social e do Gabinete do Prefeito, órgãos demandantes deste Processo Administrativo, ao qual será conduzido pelo Agente de Contratação Sr. FRANCISCO LUCIANO RAULINO DA SILVA, designado pela Portaria nº 0335/2025 de 04 de agosto de 2025, auxiliado pelos membros da Equipe de Apoio nomeados formalmente por meio de atos/portarias juntadas aos autos do processo, torna público, para ciência dos Interessados, que efetuará licitação, na modalidade Concorrência, na forma presencial, do tipo MELHOR TÉCNICA, em Regime de Empreitada por Preço Global para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18 de junho de 1965 e nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

1.2.1. Aplicam-se também a esta concorrência, o Decreto nº 57.690/1966, de 1º de fevereiro de 1966, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, o Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e as disposições deste Edital e de seus Anexos.

### 2. OBJETO

2.1. Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto as das diversas Unidades Administrativas (Secretarias) da Prefeitura Municipal de Acopiara.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução do contrato;

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

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

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

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



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

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2, 1.1 terão a finalidade de:

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

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

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

2.2. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante, anunciante ou contratada.

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

2.2.2. A agência atuará por ordem e conta do ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 30 da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1 e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

2.2.4. A agência contratada atuará por conta e ordem da Prefeitura de Acopiara-CE, nos termos do art. 30 da Lei nº 4.680/65, na contratação de fornecedores de serviços especializados e de veículos e demais meios de divulgação.

### 3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em R\$ 1.112.476,44 (um milhão, cento e doze mil, quatrocentos e setenta e seis reais, quarenta e quatro centavos) pelos primeiros 12 (doze) meses, subdividido através das unidades administrativas da seguinte forma:

3.1.1-Secretaria de Educação: 40% (quarenta por cento) do valor constante do estabelecido no item 3.1;

3.1.2-Secretaria do Trabalho e Desenvolvimento Social 15% (quinze por cento) do valor constante do estabelecido no item 3.1;

*[Handwritten signatures and dates]*

*[Handwritten signature]*



3.1.2-Secretaria de Saúde: 25% (vinte e cinco por cento) do valor constante do estabelecido no item 3.1;

3.1.2-Gabinete do Prefeito: 20% (vinte por cento) do valor constante do estabelecido no item 3.1;

3.2. As despesas decorrentes do contrato correrão por conta das dotações orçamentárias n.ºs.: 0602 10.122.0402.2.015 - Gerenciamento e Manutenção das Atividades Gerais e Administrativas da Secretaria de Saúde; 0701 08.244.0807.2.033 - Gerenciamento e Manutenção das Atividades Gerais da Sec. do Trabalho e Desenvolvimento Social; 0801 12.122.0402.2.061 - Gerenciamento e Manutenção das Atividades Gerais da Secretaria de Educação; 0201 04 122 0402 2.003 - Gerenciamento e manutenção das Atividades do gabinete do Prefeito; Elemento de Despesa: 3.3.90.39.00 - Outros Serviços de Terceiro Pessoa Jurídica, sub elemento de despesa: 3.3.90.39.90 - Serviços de Publicidade e Propaganda, Fonte de Recursos: 1500000000 - Recursos não vinculados de impostos, consignado no orçamento municipal de 2025.

3.3. A Prefeitura de Acopiara-CE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.4. No interesse da ANUNCIANTE, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no Art. 124 da Lei 14.133/2021.

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

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

3.7. A ANUNCIANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão da remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

#### 4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atenderem às condições deste Edital e apresentarem os documentos nele exigidos.

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

- a) que estiverem cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Prefeitura de Acopiara-CE;
- b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiverem em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) que tenham sido consideradas inidôneas, pela Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal;
- d) estrangeiras que não funcionem no País;
- e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a ANUNCIANTE;
- f) que estejam reunidas em consórcio, cooperativa ou similar;
- g) que atuem sem fins lucrativos;



h) É vedada a participação de empresas cujos representantes legais ou sócios sejam servidores públicos dos órgãos ou entidades da Administração Pública de Acopiara-CE, inclusive Fundações mantidas ou instituídas pelo Poder Público, como condecorante, direta ou indiretamente, por si ou por interposta pessoa, dos procedimentos licitatórios. Esta proibição é extensiva ao cônjuge e demais parentes até o terceiro grau dos integrantes da Comissão de Contratação e de quaisquer outros servidores responsáveis diretamente pelos trabalhos e supervisão dos serviços.

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

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

4.4. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para as licitantes:

- a) a confirmação de que receberam da Comissão de Contratação o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência;
- b) a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital;
- c) a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e;
- d) a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.5. As licitantes assumem todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnicas e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo a Prefeitura de Acopiara-CE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

4.6 Não serão recebidos nem aceitos invólucros entregues via Correio/SEDEX, FAX ou correio eletrônico.

## 5. RETIRADA DO EDITAL

5.1. Este Edital será fornecido pela ANUNCIANTE de forma gratuita, podendo ser retirado por meio dos sites abaixo: [www.tce.ce.gov.br](http://www.tce.ce.gov.br)

5.2. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no site do Tribunal de Contas do Municípios - TCE e na página da Prefeitura Municipal de Acopiara, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

## 6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1. Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão de Contratação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito, através do e-mail: [licitacao@acoipara.ce.gov.br](mailto:licitacao@acoipara.ce.gov.br).

6.1.1. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão de Contratação em até 03 (três) dias úteis.



6.1.2. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet pelo endereço eletrônico <https://licitacao@acoipara.ce.gov.br>, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.1.3. As licitantes não devem utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

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

6.1.5. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 9.2.

## 7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1. O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado através do e-mail: [licitacao@acoipara.ce.gov.br](mailto:licitacao@acoipara.ce.gov.br).

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

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

7.4. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em sitio eletrônico oficial no prazo de até 03 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data de abertura do certame, sem prejuízo da faculdade prevista no § 40 do art. 170, da Lei nº 14.133/2021.

7.5. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão de Contratação o cidadão e/ou licitante que não se manifestar em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

7.6. Considera-se licitante, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

## 8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

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

8.1.1. Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados em formato físico à Comissão de Contratação no credenciamento das sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital.

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

8.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou



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

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

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

8.5. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Contratação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.

## 9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão de Contratação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 10, 13 e 16 deste Edital.

9.2. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos, até o dia 07 de outubro de 2025, até às 10 horas, a Av. José Marques Filho, nº 600, bairro Aroeira, Acopiara, Ceará.

9.2.1. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

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

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

9.5. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 23, e na legislação.

## 10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

### Invólucro nº 1

10.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3 deste Edital.

10.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão de Contratação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente na sede da Prefeitura Municipal de Acopiara - Sala de licitações, localizada na Av. José Marques Filho, nº 600, bairro Aroeira, das 08:00h às 12:00hrs.

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



a) ter nenhuma identificação;

b) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

### Invólucro nº 2

10.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, de que trata o subitem 11.4 deste Edital.

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

invólucro nº 02  
Proposta Técnica  
Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada  
Nome empresarial  
CNPJ nº \_\_\_\_\_  
Concorrência nº 022/2025  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ACOIARA

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

### Invólucro nº 3.

10.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

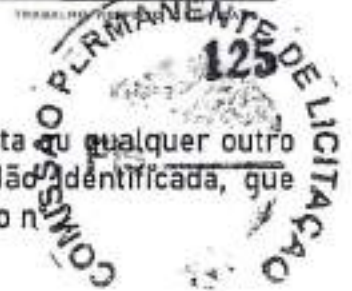
10.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3  
Proposta Técnica  
Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação  
CNPJ nº \_\_\_\_\_  
Concorrência nº 022/2025  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ACOIARA

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

*Handwritten signatures and initials in blue ink.*

*Handwritten signature in blue ink.*



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

## 11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Quesitos	Subquesitos
1. Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico Estratégia de Comunicação Publicitária Ideia Criativa Estratégia de Mídia e não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

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

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

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

- em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2 deste Edital;
- espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- títulos, entretítulos, parágrafos e tinhas subsequentes sem recuo;
- espaçamento de 1.5 centímetro entre as linhas e, opcionalmente de 2 centímetros após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- alinhamento justificado do texto;
- texto e numeração de páginas em fonte Calibre, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;
- numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- sem identificação da licitante.



11.2.1. As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea "b" do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6 deste Edital.

11.2.2. Os sub quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados de informações deverão ser editados na fonte Calibre e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
  - c.1) apresentadas em papel A3 dobrado nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;
  - c.2) impressas na orientação paisagem.

11.2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do sub quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I - ser editados em cores;
- II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse sub quesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.4. Os exemplos de peças integrantes do sub quesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea "a" do subitem 11.2 deste Edital.

11.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1.

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

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea "a" do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 12 (doze) páginas.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas "c" dos subitens 10.1.1.2 deste Edital.

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

11.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus sub quesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes orientações:

11.3.1. Sub quesito 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades da ANUNCIANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;



c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

**11.3.2. Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária** - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

**11.3.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa** - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;
- b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

**11.3.3.1.** A descrição mencionada na alínea a do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

**11.3.3.2.** Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

**11.3.3.3.** Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea "b" do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) mostruário ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;
- c) storyboard animado ou animatic, para os meios TV, cinema e internet;
- d) boneca ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

**11.3.3.3.1** 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 passe-partout, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

**11.3.3.3.2** Na elaboração de mostruário ou leiaute 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.

*Handwritten signature: André Luiz*

*Handwritten signature: P*



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

11.3.3.3.4 O mostruário ou leiaute eletrônico e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em pendrive, executáveis em sistema operacional Windows.

11.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação (em pendrive) 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.

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

11.3.3.3.6. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

11.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, serão 10 (dez) peças e 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 da peça produzida será considerada 01 (uma) peça.

11.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea "d" do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I. **estratégia de mídia e não mídia:** proposição e defesa dos meios de divulgação, das formas inovadoras de comunicação e dos recursos próprios de comunicação da ANUNCIANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II. **tática de mídia:** detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de divulgação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III. **plano de mídia:** composto de planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos e demais meios de divulgação, formatos das peças, períodos de

*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*



veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes.

IV. plano de formas inovadoras de comunicação publicitária: composto por planilhas com a indicação de uso de plataformas de comunicação e divulgação, informando o fornecedor e valores a ser aplicado;

V. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

11.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2. O plano de mídia e não mídia e/ou de formas inovadoras de comunicação deverão apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação/plataformas digitais de comunicação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia;
- d) os valores (absolutos e percentuais) aos investimentos alocados em plataformas digitais de comunicação, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia ou, inexistindo essa, os preços simulados pelas plataformas;
- e) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia;
- h) os valores (absolutos e percentuais) que a licitante propõe alocar em ações para desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação), em consonância com novas tecnologias, com a indicação dos respectivos fornecedores e métricas que serão utilizadas (taxa de impressão, custo por alcance, CPC, CPE, custo por curtida etc.), de acordo com o disposto nos subitens 11.3.4.2.1 e 11.3.4.2.2;
- i) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia.

11.3.4.2.1 No caso de soluções via plataformas de comunicação e divulgação, deverão ser considerados os valores de tabela cheia dos fornecedores que operam com tabela e/ou os valores resultantes das simulações feitas nessas plataformas de comunicação e divulgação, conforme os parâmetros, objetivos e formatos de compra definidos na estratégia de mídia proposta pela licitante.

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

*Handwritten signatures and initials:*  
Lucas, me, mlc

*Handwritten mark:*  
72



**11.3.4.3 Nessa simulação:**

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabelas vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

11.3.4.3.1 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 11.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

11.3.4.3.2 Os valores ou custos indicados pelos licitantes que não correspondam aos efetivamente cobrados pelos veículos de comunicação na data do Aviso de Licitação, serão considerados como falha na elaboração da Estratégia de Mídia e Não Mídia, cabendo a Subcomissão Técnica diminuir a respectiva nota.

**11.4. O Plano de Comunicação Publicitária -Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autora, observadas as seguintes características:**

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;

IV - em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

V - capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;

VI - conteúdo impresso em papel A4, branco, com 15 gr/m<sup>2</sup> a - 0 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato, observado o disposto na alínea "c2" do subitem 11.2.2 deste Edital;

VII - com espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;

VIII - sem recuos nos títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes;

IX - com textos justificados;

X - com espaçamento 1,50 entre linhas e, opcionalmente, 2,00, após títulos e entretítulos e entre parágrafos.

XI - alinhamento justificado do texto;

XII - com texto e numeração de páginas em fonte "Calibre", estilo "normal", cor, automático, tamanho "12 pontos", observado o disposto nos subitens 11.2.1, 11.2.3 e 11.23 1;

XIII - com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, no centro inferior, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.

XIV - acondicionado no invólucro nº 2

**11.5. Quesito 2- Capacidade de Atendimento:** a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito respeitando a seguinte formatação:

- a) em caderno único, orientação paisagem e com espiral preto colocado à esquerda;



- b) conteúdo impresso em papel A4, ou A5, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato;
- c) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos em algarismos arábicos;
- d) rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, infográficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição de execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação.
- c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição da ANUNCIANTE para a execução do contrato;
- d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;
- e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.7. Quesito - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as as peças que constituem o quesito:

- a) em caderno específico, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda; com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado;
- b) numerado sequencialmente a partir da primeira página interna;
- c) rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- d) com numeração em todas as páginas, no centro inferior, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.

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

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

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

*Handwritten signatures and initials:*  
1. *[Signature]*  
2. *[Signature]*  
3. *[Signature]*  
4. *[Signature]*  
5. *[Signature]*



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

11.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas, em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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

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

11.8.3. As peças publicitárias **NÃO** podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agências de propaganda.

11.9. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com espiral preto colocado a esquerda, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna.

11.9.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente **NÃO** poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, que possibilite a identificação deste, antes da abertura do invólucro N° 2;

11.10. A licitante deverá apresentar **02 (DOIS)** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo **02 (DUAS)** páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I - deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II - deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV - deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

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

*Handwritten signature and name: [Signature] / [Name]*

*Handwritten signature*



11.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2020.

11.10.3. Deverão ser incluídas 03 (três) peças publicitárias, independentemente do modo de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça publicitaria, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

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

## 12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica, prevista no item 19, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

### 12.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

#### 12.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

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

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

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

#### 12.2.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

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

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

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da ANUNCIANTE com seus públicos;

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

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

*[Handwritten signatures and initials]*



f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.

#### **12.2.1.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa**

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

#### **12.2.1.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia**

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, 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 ANUNCIANTE 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.

#### **12.2.2 Quesito 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 em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da ANUNCIANTE;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da ANUNCIANTE na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre a ANUNCIANTE e a licitante;
- e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE.

#### **12.2.3 Quesito 3 - Repertório**

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza da cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;



- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

#### **12.2.4 Quesito 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 da cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

12.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

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

#### **1. Plano de Comunicação Publicitária - 65 pontos**

- I. Raciocínio Básico - 10 pontos;
- II. Estratégia de Comunicação Publicitária - 20 pontos;
- III. Ideia Criativa - 25 pontos;
- IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia - 10 pontos.

2. Capacidade de Atendimento - 15 pontos;

3. Repertório - 10 pontos;

4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - 10 pontos.

**PONTUAÇÃO TOTAL 100 PONTOS.**

12.3.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

12.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 02 (duas) casas decimais.

12.3.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento)



da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

12.3.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.4. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver as maiores pontuações, observado o disposto no subitem 12.5 deste Edital.

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

- a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, antes da abertura do invólucro n° 2;
- b) não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.5.1. Ante a ocorrência da situação de que trata a alínea 'a' do subitem anterior, a Subcomissão Técnica deverá registrar em ata o nome da licitante identificada e o motivo concreto e inequívoco que constitui a identificação.

12.5.2. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atenderás demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência.

12.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da agência de propaganda mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, será assim considerada a licitante que obtiver as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 22.3 ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação, cuja data será divulgada na forma do item 21 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

## 13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

### Invólucro n° 4

13.1. No Invólucro n° 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

13.1.1. O Invólucro n° 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:



Invólucro nº4  
Proposta de Preços  
Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 022/2025  
Prefeitura de Acoiara - CE

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

#### 14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do Art. 36 e 37 da Lei 14.133/2021 não serão aceitos:

a) Apresentar desconto inferior a 40% (quarenta por cento), a ser concedido a ANUNCIANTE, em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará (SINAPRO/CE), a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos, pela própria licitante.

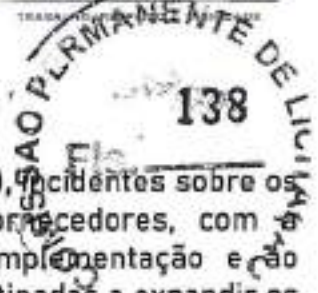
b) Apresentar percentual de honorários superior a 8% (oito por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº4.680. de 1965;

c) Apresentar percentual de honorários superior a 6% (seis por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

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

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

III. à reimpressão de peças publicitárias. Entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação a edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas;



d) Apresentar percentual de honorários superior a 6% (quatro por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias em consonância com novas tecnologias cuja execução não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4680/1965;

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

14.3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação realizará com ela diligência aos termos do art. 64, inciso II, da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

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

14.3.1.2. As Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas pela Comissão de Contratação no tocante ao atendimento das disposições deste Edital.

14.3.1.3. Será considerada classificada à próxima etapa do certame a licitante cuja Proposta esteja em conformidade com as disposições deste Edital.

14.3.1.4. Será desclassificada a licitante cuja Proposta tenha sido apresentada com vício insanável em relação às disposições deste Edital.

## **15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

15.1. O julgamento final das Propostas Técnicas será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o **TIPO MELHOR TÉCNICAS**

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

16.1. 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.

16.1.1. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 18.1.3 deste Edital.

### **Invólucro nº 5**

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



Invólucro nº 5  
Documentos de Habilitação  
Nome empresarial e CNPJ da licitante  
Concorrência nº 022/2025  
Prefeitura de Acopiara - CE

16.1.3. O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído da embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto as informações de que trata, até sua abertura.

## 17. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

- I - em 01 (uma) via original; ou
- II - sob a forma de certificado emitido por sistema oficial de registro cadastral unificado.

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

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

17.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

### 17.2.1. Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a.1) os documentos mencionados na alínea a deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência,

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

### 17.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

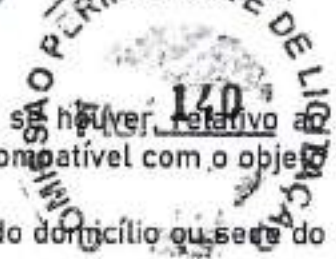
a) a inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*



PREFEITURA DE  
**ACOIJARA**

TRABALHO, RESPEITO E DIGNIDADE



- b) a inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) a regularidade perante a Fazenda federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma do art. 68 da Lei nº 14.133/2021;
- d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Finanças do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) a regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;
- f) a regularidade perante a Justiça do Trabalho.

17.2.2.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

17.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

17.2.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

#### 17.2.3. Qualificação Técnica:

a) Declarações expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou às declarantes serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1 deste Edital;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º ao art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b.1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b.2) o documento obtido do site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação.

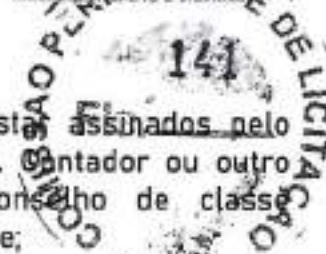
#### 17.2.4. Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a.1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a.2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser aprese certidões de cada distribuidor;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 02 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no §6º do Art. 69 da Lei nº 14.133, já exigível e apresentado na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrado a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;



b.1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional, ao qual será comprovada através da certidão de regularidade;

b.2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b.3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital - SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial; apresentado conforme inciso IV:

I. **sociedades empresariais em geral:** registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II. **sociedades empresárias,** especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III. **sociedades simples:** registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV. **para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital - SPED,** impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

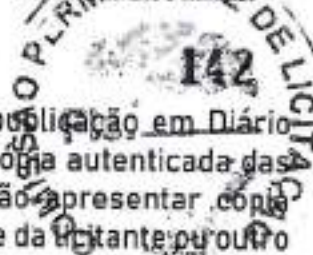
e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

17.2.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

17.2.4.2. A comprovação da boa situação financeira de todas as licitantes será feita por meio da apresentação do Índice de Liquidez Geral (LG) a seguir definido, calculado com duas casas decimais, sem arredondamentos. A fonte de informação será 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, registrada na Junta Comercial da sede da licitante, ou outro órgão equivalente.

**LG = Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo Passivo > 1,0**

**Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo**

17.2.4.2 A licitante que apresentar Índice de Liquidez Geral (LG) relativo à boa situação financeira, menor que 1,0 (um) será considerada inabilitada, o índice será calculado pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

17.2.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio equivalente a 10% (dez por cento) do valor estipulado no subitem 3.1 deste Edital.

#### 17.2.5. Declarações:

a) **DECLARAÇÃO**, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 70 da Constituição Federal:

**À Comissão de Contratação**  
**Referente Concorrência nº 022/2025**

(nome da licitante), inscrita no CNPJ sob o nº \_\_\_\_\_ por intermédio seu representante legal \_\_\_\_\_ podador(a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_, inscrito no CPF nº \_\_\_\_\_ **DECLARA**, para fins do disposto no inciso V do art. 68 da Lei Nº 14.133/2021 que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

*Se foro caso acrescentara seguir:*

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

Local e data  
Representante legal da empresa

**DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA**

<Identificação completa> como representante, devidamente constituído, pela <identificação completa da licitante>, doravante denominada (nome de fantasia) para fins do disposto no subitem na alínea "b" do subitem 17.2.5 do Edital tem de completar com identificação do



edital), DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela <nome da licitante> e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de informado, discutida ou recebido de qualquer outro participante, potencial ou de fato participante dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, quanto a participar ou não dessa Concorrência;
- d) que conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante, potencial ou de fato dessa Concorrência, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qual integrante da ANUNCIANTE, antes da abertura oficial das propostas e;
- f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

\_\_\_\_\_, em \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

*(Representante legal da licitante, no âmbito da licitação, com identificação completa)*

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

17.4. O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 87 da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 17.2.1 e nas alíneas a' e b do subitem 17.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao ANUNCIANTE a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

17.5. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado, disponível no PNCP, apenas deverá apresentar:

*[Handwritten signatures and initials]*



- a) declaração(ões), expedidas por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1;
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas 'b', 'b1' e b2' do subitem 17.2.3;
- c) comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio equivalente a R\$ 111.247,64 (cento e onze mil, duzentos e quarenta e sete reais, sessenta e quatro centavos), se o índice de Liquidez Geral - a ser apurado por intermédio da consulta on-line a que se refere o subitem 18.1.1 deste Edital - apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);
- d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas a e do subitem 17.2.5.

17.5.1. Se as informações referentes ao patrimônio e ao índice mencionado na alínea 'c' do subitem 17.5 não estiver disponível no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado, a licitante deverá comprová-lo mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea 'b' do subitem 17.2.4 ou, se for o caso, a alínea 'b' do subitem 17.2.4.1.

17.5.2. À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado.

## 18. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1. A Comissão de Contratação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 17 deste Edital.

18.1.1. Para análise dos documentos das licitantes que optaram por realizar sua habilitação, conforme previsto no subitem 17.5, serão realizadas consultas on-line no SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

18.1.1.1. A Declaração referente a situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão de Contratação ou pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

18.1.2. Para a análise da habilitação das licitantes também serão realizadas consultas ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União (TCU).

18.1.3. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão de Contratação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para rerepresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

## 19. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

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



19.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que tenham atuado em uma dessas áreas.

19.2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com a ANUNCIANTE.

19.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 06 (seis) integrantes com vínculo com o ANUNCIANTE e 03 (três) sem vínculo com o ANUNCIANTE.

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

19.3.1.1. Para composição da relação prevista no subitem 19.3, a Comissão de Contratação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 19.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

19.3.2. A relação dos nomes referidos no subitem 19.3 será publicada 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.

19.3.3. O sorteio será processado pela Comissão de Contratação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com a ANUNCIANTE, nos termos dos subitens 19.2.1, 19.3 e 19.3.1 deste Edital.

19.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 19.3, mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão.

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

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

19.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 19.3 e 19.3.1 deste Edital.

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

19.3.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 19.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

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



19.4.1. Os membros da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica assinam o Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

Acoiara-Ce, 13 de agosto de 2025.

**JOSÉ EDINALDO RODRIGUES DE MACEDO**  
CHEFE DE GABINETE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ACOPIARA



**CLAUDENÍSIA FÉLIX DA SILVA DO VALE**  
SECRETÁRIA DA SAÚDE  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ACOPIARA

**MARIA IVÂNIA DE ARAÚJO FERREIRA**  
SECRETÁRIA DA EDUCAÇÃO  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ACOPIARA

**JOSEFA MARLI DO NASCIMENTO ALMEIDA**  
SECRETÁRIA DO TRABALHO E DESENVOLVIMENTO SOCIAL  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ACOPIARA