



PREFEITURA
**TAQUARITINGA
DO NORTE**

EDITAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 00001/2026
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 00004/2026

Torna-se público que o **MUNICÍPIO DE TAQUARITINGA DO NORTE**, Estado de Pernambuco, por intermédio da **PREFEITURA MUNICIPAL**, sediada na Rua Padre Berenguer, S/N - Centro - Taquaritinga do Norte - PE, realizará licitação, na modalidade CONCORRÊNCIA na forma PRESENCIAL, nos termos da [Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021](#) e demais legislações aplicáveis e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital.

A sessão pública será realizada, em sessão pública, às **10:00h do dia 06 de abril de 2026**, na sede administrativa: Setor de Licitações e Contratos, no endereço: Rua Padre Berenguer, S/N - Centro - Taquaritinga do Norte - PE.

Nessa ocasião, deverão ser apresentados os invólucros contendo:

1. Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada **(invólucro nº 1)**;
2. Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada **(invólucro nº 2)**;
3. Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação **(invólucro nº 3)**;
4. Proposta de Preços **(invólucro nº 4)**;
5. Documentos de Habilitação – Os documentos de habilitação **(invólucro nº 5)** serão recebidos em data e horário a serem designados pela Comissão de Contratação.

Não havendo expediente nas datas supracitadas a abertura da sessão ficará prorrogada para o 1º (primeiro) dia útil subsequente, nos mesmos horários, salvo disposição contrária.

Não será aceita, em qualquer hipótese, a participação de licitante retardatário, a não ser como ouvinte.

CONSULTA AO EDITAL (PORTAL): <https://transparenciapm.taquaritingadonorte.pe.gov.br/>.

CONSULTA AO EDITAL (PNCB): <https://www.gov.br/pncb/pt-br>.

ESCLARECIMENTO PELO E-MAIL: licit.taqdonortepe@gmail.com.

1.0. DO PREÂMBULO

1.1. A Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte, com sede na Rua Padre Berenguer, S/N - Centro - Taquaritinga do Norte – PE, inscrito no CNPJ nº 10.091.593/0001-00, torna público a abertura do PROCESSO LICITATÓRIO Nº 00004/2026, na modalidade CONCORRÊNCIA Nº 00001/2026, na forma presencial, do tipo “TÉCNICO e PREÇO”, sob o regime de execução indireta de empreitada por preço unitário, nas condições fixadas neste edital e anexos, sob a égide da Lei 12.232/2010, Lei nº 14.133/2021, Lei nº 4.680/65 e Normas Padrão do CENP que regulamentam as licitações e contratações de serviços de publicidade.

2.0. DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

2.1. A concorrência será realizada, em sessão pública, às **10:00h do dia 06 de abril de 2026**, na sede administrativa: Setor de Licitações e Contratos, no endereço: Rua Padre Berenguer, S/N - Centro - Taquaritinga do Norte - PE.

2.1.1. Os **invólucros de nº 01, 02, 03, 04 e 05** poderão ser entregues diretamente à Comissão de Contratação no início da sessão correspondente, no endereço e horário pré-agendado.

2.2. Os trabalhos serão conduzidos pela Comissão de Contratação e pela Subcomissão Técnica, devidamente designada na forma prevista neste edital e na Lei.

2.3. Setor requisitante: Gabinete do Prefeito.

2.4. O valor da contratação está estimado em R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais). O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do contrato, podendo ser prorrogado nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021.

2.5. Aplicam-se às licitações e contratos disciplinados pela Lei Federal nº 14.133/21 às disposições constantes dos Arts. 42 a 49 da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Entretanto, os benefícios não serão aplicados, no caso de licitação para aquisição de bens ou contratação de serviços em geral, cujo valor estimado for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

2.6. Para todas as referências de tempo contidas neste Edital será observado o horário oficial de Brasília - DF.

3.0. DO OBJETO

3.1. Constitui objeto da presente licitação: Contratação de serviços de publicidade, propaganda e marketing prestados por intermédio da Agência de Propaganda compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, bem como ações de caráter informativo, educativo e de orientação social voltadas à comunidade local e regional do município de Taquaritinga do Norte - PE.

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



3.2.1. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

3.2.2. A produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

3.2.3. A criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

3.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade de:

3.3.1. Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo Municipal, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

3.3.2. Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

3.3.3. Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

3.4. Os serviços previstos acima não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

3.4.1. Não se incluem no conceito de patrocínio, o patrocínio de mídia - assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação - e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimentos comercializados por veículo de divulgação.

3.5. Os licitantes deverão ser capazes de executar todo o objeto da presente licitação.

4.0. DAS CONSULTAS, ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

4.1. O edital encontra-se disponível no endereço: <https://www.gov.br/pncp/pt-br>, ou, ainda, poderá ser obtido na sala do Setor de Licitações e Contratos, no endereço: Rua Padre Berenguer, S/N - Centro - Taquaritinga do Norte - PE, no horário das 09:00h às 12:00h e das 14:00h às 16:00h.

4.2. Os licitantes que tiverem interesse em participar do certame obrigam-se a acompanhar as publicações referentes ao processo no site, quando for o caso, com vista a possíveis alterações e avisos.

4.3. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este Edital por irregularidade na aplicação da Lei Federal nº 14.133, de 2021, devendo protocolar o pedido até 03 (três) dias úteis antes da data fixada para a abertura do certame, devendo a Administração julgar e responder à impugnação em até 03 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data de sua abertura.

4.4. A impugnação poderá ser realizada mediante petição a ser enviada para o e-mail: licit.taqdonortepe@gmail.com ou protocolada junto à Comissão de Contratação, na sede da Prefeitura.

4.5. A Prefeitura não se responsabilizará por impugnações endereçadas via postal ou por outras formas, entregues em locais diversos do mencionado no item acima, e que, por isso, não sejam protocolizadas no prazo legal.

4.6. Acolhida a impugnação, será designada nova data para a realização do certame, exceto quando, inquestionavelmente, a **alteração não afetar a formulação das propostas**.

4.7. A decisão da Comissão de Contratação será enviada ao impugnante por e-mail, e será divulgada no site da Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte para conhecimento de todos os interessados.

4.8. O licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento e/ou impugnação, nenhum termo que possibilite a identificação de sua proposta técnica, referente ao invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada).

5.0. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

5.1. Poderão participar desta concorrência, as agências que possuírem as condições estabelecidas para atendimento do objeto proposto, nos termos estipulados neste Edital e na Lei nº 12.232/2010.

5.2. Não poderá participar da presente licitação a pessoa jurídica:

5.2.1. Suspensa de participar em licitação e impedida pela Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte - PE;

5.2.2. Declarada inidônea para licitar ou contratar com quaisquer órgãos da Administração Pública;

5.2.3. Reunidas em consórcio. Como instrumento de atuação empresarial, o consórcio pode conduzir a resultados indesejáveis. A formação de consórcios acarreta risco da dominação do mercado, através de pactos de eliminação de competição entre os empresários. No campo de licitações, a formação de consórcios pode reduzir o universo da disputa. O consórcio pode retratar uma composição entre eventuais interessados: em vez de estabelecerem disputa entre si, formalizariam acordo para eliminar a competição. Conforme Acórdão n.º 1165/2012-Plenário, TC 037.773/2011-9, rel. Min. Raimundo Carreiro, 16.5.2012: Fica ao juízo discricionário da Administração Pública a decisão, devidamente motivada, quanto à possibilidade de participação ou não em licitações de empresas em consórcio.

5.2.4. Com falência decretada, dissolução ou liquidação;

5.2.5. Cujo objeto social não seja compatível com o objeto desta licitação;

5.2.6. Agência estrangeira não autorizada a funcionar no país;

5.2.7. Agências integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios ou representantes legais comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum;

5.2.8. Que se enquadrem nas vedações previstas no Art. 14 da Lei nº 14.133/21;

5.2.9. Que não atendam as condições deste Edital e seus anexos;

5.3. Cada proponente apresentará uma só proposta de acordo com as exigências deste Edital.

5.4. O proponente arcará integralmente com todos os custos de preparação e apresentação de sua proposta, independente do resultado do procedimento licitatório.

5.5. A participação no certame implica aceitar todas as condições estabelecidas neste Edital.

5.6. A observância das vedações é de inteira responsabilidade do licitante que, pelo descumprimento, sujeita-se às penalidades cabíveis.

6.0. DO CREDENCIAMENTO

6.1. A representação poderá ser feita por procurador munido de instrumento público ou particular e por Carta de Credenciamento, conforme modelo do Anexo IV, comprovando a outorga de poderes necessários para a formulação de propostas e a prática de todos os demais atos inerentes à licitação, juntamente com cópia do documento de identidade do credenciado ou procurador.

6.1.1. O instrumento que comprovará a representatividade do proponente será:

6.1.1.1. Para procurador - além da carta de credenciamento indicada no subitem 6.1, deverá ser apresentado documento comprobatório dos poderes de quem subscreve a carta; e;

6.1.1.2. Para sócio, dirigente ou assemelhado - além da carta de credenciamento indicada no subitem 6.1, deverá ser apresentada cópia do Ato Constitutivo juntamente com a(s) alteração(ões) ou ato consolidado, e Ata de Eleição ou outro documento equivalente apto a produzir os mesmos efeitos, contendo o período de mandato do dirigente ou Diretoria (ou equivalente), que comprove(m) sua capacidade de representação legal, com expressa previsão dos poderes para manifestar pela sociedade, dar declarações, receber intimação, interpor e renunciar a recurso, assim como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome do proponente.

6.2. O representante deverá estar munido de documento hábil de identificação.

6.3. A ausência do credenciamento não constituirá motivo para a inabilitação ou desclassificação do proponente, mas impedirá o seu respectivo representante de se manifestar nas sessões.

6.4. As pessoas que não comprovarem possuir poderes para representação legal do proponente somente poderão participar da sessão como ouvintes, não podendo consignar em ata suas observações, rubricar documentos, nem praticar os demais atos pertinentes à licitação.

6.5. A qualquer momento durante o processo licitatório, o interessado poderá substituir seu representante, desde que devidamente credenciado.

6.6. Serão admitidas fotocópias sem autenticação cartorial, desde que os respectivos originais sejam apresentados à Comissão de Contratação para autenticação.

6.7. Será admitida apenas 01 (um) representante para cada licitante.

7.0. DA APRESENTAÇÃO DOS INVÓLUCROS – TÉCNICA E PREÇO

7.1. Proceder-se-á o recebimento dos invólucros nº 1, 2, 3 e 4 contendo os documentos da Proposta Técnica e Proposta de Preços, na sessão pública de abertura, observado as determinações contidas abaixo:

7.2. INVÓLUCRO Nº 1

7.2.1. Deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, em estrita conformidade com as especificações constantes no Edital e no Termo de Referência;

7.2.2. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada que estiver fechado e acondicionado no invólucro padronizado A3, com etiqueta afixada na face e no canto superior direito - na posição paisagem -, fornecido previamente e obrigatoriamente, pela Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte - PE;

7.2.3. O invólucro padronizado deverá ser retirado pelo licitante interessado, no horário das 10:00h às 16:00h, na sede administrativa: Setor de Licitações e Contratos, no endereço: Rua Padre Berenguer, S/N - Centro - Taquaritinga do Norte - PE;

7.2.4. O invólucro padronizado somente será entregue à agência que o solicite formalmente por escrito e contra recibo de entrega;

7.2.5. O invólucro padronizado **não poderá ter nenhuma identificação**; apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação do licitante; estar danificado ou deformado as peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação do licitante; ter nenhum escrito, anotação, identificação ou qualquer elemento na parte externa do envelope.

7.3. INVÓLUCRO Nº 2

7.3.1. Deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, que conterà o mesmo teor da via não identificada, no que diz respeito à questão dos textos, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa, devendo ser entregue em papel timbrado do licitante, datado e assinado na última página e rubricada nas demais;

7.3.2. O invólucro deverá ser providenciado pelo 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;

7.3.3. Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 2

CONCORRÊNCIA Nº 00001/2026 | PROCESSO LICITATÓRIO Nº 00004/2026

PROPOSTA TÉCNICA: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

AGÊNCIA:

CNPJ:

E-mail(s):

Telefone(s):

Celular(es):



7.4. INVÓLUCRO Nº 3

7.4.1. Deverá estar acondicionado o Conjunto de Informações contendo: a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

7.4.2. O invólucro deverá ser providenciado pelo 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.

7.4.3. Não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Invólucro nº 1)** que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do **invólucro nº 2**;

7.4.4. Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 3
CONCORRÊNCIA Nº 00001/2026 PROCESSO LICITATÓRIO Nº 00004/2026
PROPOSTA TÉCNICA: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções e Problema de Comunicação.
AGÊNCIA:
CNPJ:
E-mail(s):
Telefone(s):
Celular(es):

7.5. INVÓLUCRO Nº 4

7.5.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue acondicionada no invólucro nº 4;

7.5.2. O invólucro deverá ser providenciado pelo 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.

7.5.3. O invólucro deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 4
CONCORRÊNCIA Nº 00001/2026 PROCESSO LICITATÓRIO Nº 00004/2026
PROPOSTA DE PREÇOS
AGÊNCIA:
CNPJ:
E-mail(s):
Telefone(s):
Celular(es):

8.0. DOS REQUISITOS DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

8.1. licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com as especificações a seguir:



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

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

8.3. A Proposta Técnica deverá ser entregue acondicionada nos invólucros de nº 1, nº 2 e nº 3, em estrita observância das condições indicadas no Briefing.

9.0. DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

9.1. Os textos do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverão ser apresentados de acordo com a seguinte formatação:

- a) Em papel A4 - 75 g/m2 a 90 g/m2, branco;
- b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel branco, formato A4 e com 75 g/m2 a 90 g/m2;
- c) Espaçamento de 3 (três) cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos, títulos, subtítulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- e) Alinhamento justificado do texto;
- f) Com texto e numeração de páginas em fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”;
- g) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, cor “automático”, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito;
- h) Negritos, sublinhados, itálicos e caixa alta poderão ser utilizados para destaques no texto.

9.2. Os quesitos “Raciocínio Básico”, “Estratégia de Comunicação Publicitária” e “Estratégia de Mídia e Não Mídia” poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos e/ou tabelas podem ser editados em cores;

b) os dados e informações dos quadros e/ou tabelas podem ser editados na fonte, estilo, cor e tamanho à escolha da licitante.

9.3. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa e de sua relação de peças, estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos quesitos.

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

9.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing, parte integrante do Termo de Referência, observadas as seguintes disposições:

9.5.1. **Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Executivo Municipal para enfrentar os desafios ou os problemas, geral e ou específico, de comunicação;

9.5.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados.

9.5.3. **Ideia Criativa:** apresentação pela licitante de defesa da campanha publicitária, através de textos e peças, observadas as seguintes disposições:

a) Apresentar relação de todas as peças que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça.

b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 06 (seis) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária;

c) As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas soltas, separadamente do caderno único mencionado anteriormente, em papel 180 gramas com 420x297mm (formato A3) e as peças eletrônicas em Pen-drive, CD ou DVD, que também deverão ser anexados no papel A3, através de suporte ou dentro de invólucro branco próprio para Pen-drive, CD ou DVD colados no A3 aqui especificado.

27- c1) Cada peça da campanha deverá trazer especificação sucinta destinada a facilitar a identificação e análise pelos integrantes da Subcomissão Técnica (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, outdoor etc.);

c2) As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura e não ultrapassem o formato 420x297mm (formato A3);



c3) As peças eletrônicas poderão ser apresentadas em mídia digital e/ou em impresso, podendo também serem apresentadas em ambas as formas conjuntamente, sendo consideradas neste caso, uma única peça.

d) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea "b" acima, devem ser observadas as seguintes regras:

d1) As reduções e variações de formato serão consideradas como uma peça;

d2) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

d3) Anúncio composto de páginas sequenciais para qualquer meio será considerado uma peça;

d4) Adesivagem de fingers e similares será considerada uma peça;

d5) Um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça;

d5.1) Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a alínea acima, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

e) Um banner e outra peça para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

f) Um aplicativo com todas as suas telas será considerado uma única peça, **desde que apresentadas na mesma folha e desde que não prejudique a leitura**;

g) Para fins desta Concorrência são considerados meios de comunicação: TV (aberta e por assinatura); Rádio (AM/ FM); Revista; Jornal; Cinema; Internet (Site; Redes Sociais, mobile e desktop); Mídia Exterior (Outdoor; Backbus; Mobiliário urbano; Painéis e afins, carro de som); Material impresso (folheto; revista; cartilha; apostila; folder; flyer; jornal; livreto; banner; faixa); Material promocional (material de ponto de venda; sampling; cartaz; blimp; wobler; totem; display, etc.).

9.5.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia:** Defesa constituída de no máximo 5 (cinco) laudas, no qual a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função do tempo e da verba referencial indicados no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

9.5.4.1. Simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças destinadas à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, listas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de até R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais).

9.5.4.2. Dessa simulação deverá constar um quadro resumo geral com informações sobre, pelo menos:

9.5.4.2.1. O período de distribuição das peças;



9.5.4.2.2. As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

9.5.4.2.3. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

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

9.5.4.2.5. As quantidades a serem produzidas de cada peça;

9.5.4.2.6. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça de não mídia;

9.5.4.2.7. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça de não mídia.

9.5.4.3. Nessa simulação:

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

9.5.4.3.2. Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Art. 11, da Lei 4.680/65 e Normas Padrão do CENP;

9.5.4.3.3. Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores;

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

9.5.4.4. Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

9.5.4.5. As listas, gráficos, planilhas, e o quadro resumo da Estratégia de Mídia e não Mídia, não tem limitação quanto ao número de páginas.

10.0. DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

10.1. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, **sem os exemplos de peças da Ideia Criativa**, deverá constituir-se em cópia fiel da via não identificada, em papel A4, com as seguintes especificidades:

a) Ter a identificação do licitante e ser apresentado em papel timbrado;

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.

11.0. DO CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

11.1. Capacidade de Atendimento

11.1.1. O licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.1.2. A **Capacidade de Atendimento** do licitante deverá ser constituída **por caderno específico**, com capa, contracapa e conteúdo com impressão em papel livre de tipo e gramatura, no tamanho (A4) 21,0cm x 29,7cm ou (A3) 29,7cm x 42,0cm, encadernadas a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, composto por textos, listas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

a) A relação da equipe técnica que será colocada à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

a1) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

a2) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto desta contratação, admitida sua substituição, quando da efetiva contratação, por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do Setor de Comunicação da Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte - PE.

b) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

c) A sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia.

11.1.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento. As páginas deverão ser rubricadas, e, assinada na última por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.2. Repertório

11.2.1. O licitante deverá apresentar o Repertório com a ficha técnica e as peças por caderno específico, com capa, contracapa e conteúdo com impressão em papel livre de tipo e



gramatura, no tamanho (A4) 21,0cm x 29,7cm ou (A3) 29,7cm x 42,0cm, encadernadas a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, em folhas rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação do Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.2.2. No Repertório deverão ser apresentadas até 10 (dez) peças e as respectivas fichas técnicas de cada uma delas, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

- a) As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2026, conforme Art. 6º, inc. X da Lei 12.232/10;
- b) As peças eletrônicas deverão ser apresentadas em Pen-drive, CD ou DVD, executáveis no sistema operacional Windows, anexados no papel A3, através de suporte ou dentro de envelope próprio, ou outro meio de fixação;
- c) Para cada peça prevista acima, deverá ser apresentada correspondente ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e os resultados alcançados, bem como a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, e exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos, um veículo que divulgou cada peça;
- e) As peças finalizadas deverão estar anexadas ao caderno.

11.2.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação das fichas técnicas do Repertório.

11.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

11.2.4.1. O licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes, por caderno específico com capa, contracapa e conteúdo com impressão em papel livre de tipo e gramatura, no tamanho (A4) 21,0cm x 29,7cm ou (A3) 29,7cm x 42,0cm, encadernadas a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, em folhas rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

- a) As campanhas devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2016, conforme Art. 6º, inc. X da Lei 12.232/10.
- b) Os relatos deverão estar formalmente referendados com a assinatura dos respectivos clientes através da via original ou cópia autenticada em cartório, ou assinatura eletrônica digital.
- c) Em cada Relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função, e por último as respectivas fichas técnicas das peças daquele Relato.

11.2.4.2. Para cada Relato, **é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças**, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, sendo que:

- a) As peças eletrônicas deverão ser apresentadas em Pen-drive, CD ou DVD, executáveis no sistema operacional Windows, anexadas no caderno.
- b) As peças gráficas finalizadas deverão estar anexadas ao caderno ou ser apresentadas impressas desde que preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais.
- c) Para cada peça constante do Relato, deverá ser apresentada uma ficha técnica. As fichas técnicas deverão conter a razão social do cliente, o tipo e o título da peça, indicação de um veículo onde foi inserida, o mês e ano de sua veiculação e serem anexadas ao caderno contendo os respectivos Relatos, não sendo estas computadas para efeito do limite de laudas exigidas.

12.0. DOS REQUISITOS DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

12.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo do Anexo III, informando o percentual referente ao desconto a ser concedido sobre os custos internos presentes na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, e aqueles percentuais incidentes sobre o valor:

- a) Da produção e à execução técnica de peça e ou material;
- b) Do 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 ou a serem realizadas;
- c) Da criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- d) Da contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerarem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no Art. 11, da Lei 4.680/65.

12.2. Os licitantes deverão observar ainda que não será aceito:

- I - Desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco;
- II - Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços de terceiros (subitem 3.6.1 das Normas Padrão do CENP);
- III - Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) sobre o valor respectivo, quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento (subitem 3.6.2 das Normas Padrão do CENP);
- IV - Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;
- V - Os percentuais de honorários, assim como os de descontos propostos será de exclusiva responsabilidade do licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;



VI - Os percentuais de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação e exercidos pela Agência contratada, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.).

12.3. As condições acima levam em conta os preços de mercado e os moldes estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, incorporadas ao sistema legal por força do disposto no Decreto nº 4.563/2002, do disposto no inciso V do Art. 6º da Lei nº 12.232/2010 e ainda o inciso III do Art. 59 da Lei 14.133/2021, os quais dispõem que a apresentação da Proposta de Preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado, evitando-se a inexecuibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado.

12.4. A Proposta de Preço deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos.

12.5. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço dos licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

12.6. A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação.

12.7. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de no **mínimo 90 (noventa) dias contados a partir de sua apresentação.**

13.0. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

13.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas dos licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Termo de Referência, Edital e em seus anexos.

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

13.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

13.2.2. Raciocínio Básico – 20 pontos

- a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte com seus públicos; (máximo de 5 pontos)
- c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)
- d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos)

13.2.3. Estratégia de Comunicação Publicitária – 20 pontos

- a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)



b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos)

c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)

13.2.4. Ideia Criativa – 25 pontos

a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)

b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)

c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 10 pontos)

d) compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos. (máximo de 5 pontos)

13.2.5. Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 pontos

a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)

b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)

c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)

13.2.6. Conjunto de Informações

13.2.6.1. Capacidade de Atendimento – 10 pontos

a) Relação da equipe técnica (com currículo resumido de cada profissional) que estará à disposição da Prefeitura; (máximo de 4 pontos)

b) As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida; (máximo de 3 pontos)

c) A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Prefeitura. (máximo de 3 pontos).

13.2.6.2. Repertório – 5 pontos

a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (máximo de 3 pontos)

b) Qualidade da execução e do acabamento da peça; (máximo de 1 ponto)

c) Clareza da exposição das informações prestadas. (máximo de 1 ponto)

13.2.6.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 pontos

- a) Evidência de planejamento publicitário; (máximo de 5 pontos)
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. (máximo de 5 pontos)

13.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir, e pontuação de quesitos e seus atributos conforme listado acima.

13.4. Aos quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

Quesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária / quesitos		75
Raciocínio Básico	20	
Estratégia de Comunicação Publicitária	20	
Ideia Criativa	25	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	
Conjunto de Informações		25
Capacidade de Atendimento	10	
Repertório	5	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	
Pontuação Máxima Total		100

13.5. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e seus atributos, de acordo com as pontuações máximas, obedecendo intervalos de 0,5 (meio) ponto.

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

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

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

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

13.10. Será desclassificada a Proposta que:



- a) Não atender as exigências aqui presente e no Edital e de seus Anexos;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua proposta técnica;
- c) Tentar influenciar a Comissão Especial de Contratação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas;
- d) Não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica aquelas que não obtiveram no mínimo 70% (setenta por cento) dos pontos da Proposta Técnica (invólucros 1 e 3), ou seja, menos de 49 (quarenta e nove) pontos no Plano de Comunicação – Via Não Identificada e menos de 21 (vinte e um) pontos no Conjunto de Informações.

13.10.1. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuações a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos.

13.10.2. A fim de subsidiar a correspondência entre os atributos acima elencados aos quesitos/atributos e as notas a eles concedidas, poderá ser aplicada pelos Membros da Subcomissão Técnica, de forma alternativa e/ou complementar na análise técnica dos quesitos, as vinculações motivadoras abaixo:

I - Parcialmente atendido (de 0 a 40% da nota máxima)

Quando o proposto contempla parcialmente os aspectos do quesito/atributo em julgamento, conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, e/ou com desvios significativos do que foi solicitado.

II - Medianamente atendido (mais de 40 até 70% da nota máxima)

Quando o proposto contempla satisfatoriamente os aspectos do quesito/atributo em julgamento, conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, mas, com pequenos desvios do que foi solicitado.

III - Plenamente atendido (mais de 70 até 100% da nota máxima)

Quando o proposto contempla integralmente os aspectos do quesito/atributo em julgamento, conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, e/ou possui apenas irrelevantes detalhes e desvios do que foi solicitado.

14.0. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1. As Propostas de Preços deverão ser apresentadas com base no modelo que será disposto no edital e deverá ter um prazo de validade mínimo de 90 (noventa) dias corridos, contados a partir de sua apresentação.

14.2. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade do licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.



14.3. As Propostas de Preços dos licitantes classificados no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Termo de Referência, Edital e em seus anexos.

14.4. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta, que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços, ou incidir em desobediência às regras do Edital.

14.5. O licitante deverá apresentar uma única Proposta de Preços da qual constarão os seguintes itens:

14.5.1. Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agência de Propaganda do Estado de Pernambuco – SINAPRO/PE em vigor na data de publicação do Edital, a ser concedido pela agência a Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte;

14.5.2. Percentual de honorários sobre serviços externos de produção e à execução técnica de peça e ou material intermediados e supervisionados pela agência; e, sobre a 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 ou a serem realizadas;

14.5.3. Percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo pago pela Prefeitura;

14.5.4. A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, que irá praticar os abaixo definidos percentuais máximos a serem pagos pela prefeitura;

14.5.5. 70% (setenta por cento) a atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado;

14.5.6. 70% (setenta por cento) sobre o valor original da cessão dos direitos, aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças na reutilização das peças por direito igual ao inicialmente pactuado.

14.6. A proposta de política de preços deverá levar em consideração que a Prefeitura efetuará o pagamento nos prazos cabíveis e adequados no mercado, a contar do recebimento da nota fiscal.

14.7. Os preços ofertados pelo licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão dos serviços por ela prestados, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

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

14.8.1. Percentual de desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, fixados no limite estabelecido nos quesitos:



PERCENTUAL DE DESCONTO SOBRE A LISTA DE CUSTOS INTERNOS	PONTOS
de 50% ou acima	60 pontos
de 45% a 49,99%	30 pontos
de 40% a 44,99%	20 pontos
de 30% a 39,99%	10 pontos

14.8.2. Percentual de honorários incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias:

PERCENTUAL DE HONORÁRIOS	PONTOS
até 10%	20 pontos
11%	18 pontos
12%	15 pontos
13%	12 pontos
14%	10 pontos
15%	05 pontos

14.8.3. Percentual de honorários, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

PERCENTUAL DE HONORÁRIOS	PONTOS
até 5%	20 pontos
6%	18 pontos
7%	16 pontos
8%	14 pontos
9%	12 pontos
10%	10 pontos

14.8.4. Será considerada a melhor Proposta de Preço, aquela que atingir a maior pontuação através da fórmula:

NFPP = Nota Final da Proposta de Preços;



D1 = Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco;

D2 = Pontuação aplicada ao Percentual de honorários incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

D3 = Pontuação aplicada ao Percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

14.8.5. A Nota Final da Proposta de Preços será encontrada aplicando-se a fórmula:

$$\text{NFPP} = \text{D1} + \text{D2} + \text{D3}$$

15.0. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

15.1. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo:

$$\text{NPF} = (\text{NPT} \times 0,70) + (\text{NFPP} \times 0,30)$$

Onde:

NPF = Nota Ponderada Final;

NPT = Nota Proposta Técnica;

NFPP = Nota Final da Proposta de Preço.

15.2. Para efeito de desempate entre as licitantes que obtiverem a mesma Nota Média Ponderada Final, será considerada a maior nota obtida nos seguintes quesitos, pela ordem:

- a) Raciocínio Básico;
- b) Ideia Criativa.

15.3. Persistindo o empate na classificação final, após verificadas as normas de desempate estabelecidas acima, serão aplicados os critérios de desempate previstos no Art. 60, da Lei Federal nº 14.133/2021.

15.4. A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo do certame.

15.5. Será considerada vencedora, a licitante mais bem classificada no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços.



15.6. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para microempresas e empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate aquelas situações em que o resultado, constituindo pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam iguais à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada e desde que **não seja uma microempresa ou empresa de pequeno porte.**

16.0. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (INVÓLUCRO Nº 5)

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

INVÓLUCRO Nº 5
CONCORRÊNCIA Nº 00001/2026 PROCESSO LICITATÓRIO Nº 00004/2026
DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
AGÊNCIA:
CNPJ:
E-mail(s):
Telefone(s):
Celular(es):

16.2. O invólucro nº 5 deverá ser providenciado pelo 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.

16.3. A habilitação jurídica e regularidade fiscal e trabalhista serão as padronizadas nos editais da Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte.

17.0. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

17.1. Na fase de habilitação, a Comissão de Contratação examinará a pertinência, segundo as exigências a seguir descritas, quanto à documentação contida no invólucro nº 05.

17.2. O não atendimento de qualquer das condições aqui previstas e/ou das diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do processo, provocará a inabilitação do licitante.

17.3. A documentação de habilitação poderá ser apresentada em original ou por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou servidor da Administração competente, ou publicação em órgão de imprensa oficial, ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão de Contratação.

17.4. O invólucro nº 05 deverá conter os documentos relativos à regularidade jurídica, regularidade fiscal e trabalhista, à qualificação econômico-financeira e à qualificação técnica, bem como declarações.

17.5. Documentação relativa à Habilitação Jurídica, Regularidade Fiscal e Trabalhista:

17.5.1. Ato constitutivo devidamente registrado no Cartório competente, acompanhado, quando o caso, de prova da diretoria em exercício com a relação nominal e respectivo CPF de cada dirigente;

17.5.2. Comprovação de inscrição no CNPJ/MF;

17.5.3. Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02/10/2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional;

17.5.4. Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual, do domicílio ou sede da licitante;

17.5.5. Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal, do domicílio ou sede da licitante;

17.5.5.1. Para as licitantes sediadas no Estado de Pernambuco, apresentar a Certidão Regularidade Fiscal;

17.5.6. Certificado de Regularidade perante o FGTS, fornecido pela Caixa Econômica Federal;

17.5.7. Certidão de regularidade relativa a débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho (CNDT), mediante a apresentação de certidão negativa, em plena validade, que poderá ser obtida no sítio: www.tst.jus.br/certidao;

17.5.8. Comprovação da inscrição no cadastro de contribuintes Estadual e/ou Municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

17.5.9. *No caso de isenção ou imunidade tributária relacionadas ao objeto, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de documento correspondente.*

17.6. Documentação relativa à qualificação econômico-financeiro:

17.6.1. Certidão Negativa de falência, de concordata, de recuperação judicial ou extrajudicial (Lei nº 11.101, de 9 de fevereiro de 2005), expedida pelo distribuidor da sede da empresa, datado dos últimos 90 (noventa) dias, ou que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria Certidão. No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada um dos distribuidores.

17.6.1.1. Para as licitantes sediadas no Estado de Pernambuco deverá apresentar apenas a Certidão Licitação 1º e 2º Grau emitido na forma da Instrução Normativa do TJPE nº 07 de 02/06/2014, na Resolução do CNJ nº 185 e na Lei 11.419/2006.

17.6.2. Balanço Patrimonial e demais demonstrações contábeis dos 02 (dois) últimos exercício sociais exigíveis e apresentadas na forma da lei devidamente registrados, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios.

17.6.2.1. A boa situação financeira da empresa será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC) e Solvência Geral (SG), resultantes da aplicação das seguintes fórmulas:



$$\text{ILG} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}} \geq 1,00$$

$$\text{ISG} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}} \geq 1,00$$

$$\text{ILC} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}} \geq 1,00$$

17.6.2.2. A Licitante que não apresentar resultado conforme solicitado em qualquer dos índices relativos à boa situação financeira, deverão comprovar que possuem patrimônio líquido não inferior a 5% (cinco por cento) do valor de sua proposta.

17.7. Documentação relativa à qualificação técnica:

17.7.1. Certidão(ões) ou atestado(s) de Capacidade Técnica que comprove a criação e a veiculação de campanha publicitária de complexidade compatível com os serviços objeto desta licitação.

17.7.1.1. O licitante disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foram prestados os serviços, entre outros documentos.

17.7.2. Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata o Art. 4º, da Lei nº 12.232/2010, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida. Para fins de habilitação, será admitida a comprovação de protocolo do pedido de renovação ou de certificação inicial, desde que acompanhada de declaração da licitante de que cumpre as normas de ética e conduta do setor, ficando a contratada obrigada a apresentar o certificado definitivo no ato da assinatura do contrato ou em prazo estipulado neste edital.

17.7.3. A prática de se comprovar tal aptidão de desempenho das agências se mostra como uma prática válida e necessária para aferir a qualidade técnica e a expertise histórica da agência, ao estabelecer padrões similares de valores, de amplitude e de abrangência necessários para a execução de serviços publicitários, visando averiguar sua capacidade de atendimento.

17.7.4. Considerando Art. 2º da Lei Federal 12.232/10, as agências devem ter capacidade de desempenhar integradamente o conjunto de atividades 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.

17.7.5. Declarações que deverão ser apresentadas no envelope nº 05:

17.7.5.1. Declaração expressa de ausência de fatos impeditivos à participação no certame. (Anexo V)

17.7.5.2. Declaração expressa de que o licitante não emprega trabalhador nas situações previstas no inciso XXXIII, do Art. 7º da Constituição da República, assinada pelo representante legal da licitante. (Anexo VI)



17.7.5.3. Declaração de pleno conhecimento do objeto da presente contratação e das exigências contidas neste edital e seus anexos. (Anexo VII)

17.7.5.4. Que não se enquadra em nenhuma das hipóteses restritivas estabelecidas neste Edital, bem como na Lei Federal nº 14.133/21. (Anexo VIII)

17.7.5.5. Declaração de que não se acha declarada inidônea para licitar e contratar com o Poder Público ou esteja suspensa do direito de contratar ou licitar com a Administração Pública. (Anexo IX)

17.7.5.6. Declaração expressa de que o licitante se adequa à legislação de privacidade e proteção de dados vigente (Lei Federal nº 13.709/18 - Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD e alterações), conforme previsto no Art. 30, inc. IV da Lei 8.666 de 21 de junho de 1993. (Anexo X)

17.7.6. Toda a documentação exigida deverá ser apresentada por uma das seguintes formas:

17.7.6.1. Em original;

17.7.6.2. Por qualquer processo de cópia, autenticada por empregado público da Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte, devidamente qualificado, ou por Cartório competente, com exceção dos extraídos pela internet, com vigência plena na data fixada para sua apresentação.

17.7.6.3. Publicado em Órgão da Imprensa Oficial, quando cabível.

17.7.7. Na fase de habilitação também serão realizadas consultas:

a) Ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - (CEIS) do Portal da Transparência;

b) Ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa disponível no Portal do CNJ.

17.7.8. Sob pena de inabilitação, todos os documentos apresentados para habilitação deverão estar em nome do licitante e, preferencialmente, com número do CNPJ e endereço respectivo, observando-se que:

17.7.8.1. Se o licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz;

17.7.8.2. Se o licitante for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial;

17.7.8.3. Se o licitante for matriz, e o executor do contrato for filial, a documentação deverá ser apresentada com CNPJ da matriz e da filial, simultaneamente; e

17.7.8.4. Serão dispensados da filial aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

17.7.9. Os documentos eletrônicos produzidos com a utilização de processo de Autenticação Digital e de certificação disponibilizada pela ICP-Brasil, nos termos da Medida Provisória nº 2.200-2, de 24 de agosto de 2001, serão recebidos e presumidos verdadeiros em relação aos signatários, dispensando-se o envio de documentos originais e cópias autenticadas em papel.



17.7.10. Os documentos que não possuírem prazo de vigência estabelecido pelo órgão expedidor, deverão ser datados dos últimos 180 (cento e oitenta) dias anteriores à data de abertura da sessão.

17.7.11. Os documentos mencionados neste item não poderão ser substituídos por qualquer tipo de protocolo ou apresentados por meio de discos magnéticos.

17.7.12. A apresentação dos documentos em desacordo com o previsto neste item, a sua ausência ou o não atendimento a diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo, inabilitará a licitante.

18.0. DAS SESSÕES DE ABERTURA DOS INVÓLUCROS

18.1. Os invólucros com as Propostas Técnicas (invólucros nº 1 a nº 3) e as Propostas de Preços (invólucro nº 4) serão entregues à Comissão de Contratação, em sessão pública, na data, local e horário determinados, gravada em áudio e vídeo, conforme §§ 2º e 5º do Art. 17 da Lei Federal nº 14.133/2021.

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

18.1.2. Na primeira sessão fica proibida a captação de imagem por fotos ou qualquer tipo de gravação dos Planos de Comunicação Publicitária, a fim de garantir o devido sigilo das propostas técnicas até a abertura e cotejo do invólucro nº 2 na segunda sessão.

18.1.3. Qualquer manifestação a respeito das Propostas e da Habilitação, pelos licitantes, poderá ser feita durante as sessões públicas, no momento determinado para tal pela Comissão de Contratação.

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

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

18.2. RITOS DA PRIMEIRA SESSÃO

18.2.1. Abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo do Edital e terá a seguinte pauta inicial:

18.2.1.1. Identificação e Credenciamento dos Representantes dos licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 6.1.

18.2.1.2. Receber os invólucros, colher informações e a assinatura dos presentes em uma lista.

18.2.1.3. Após 10 (dez) minutos do horário marcado para entrega dos invólucros e a documentação, nenhum outro invólucro, documento ou qualquer outro será recebido e protocolado.

18.2.1.4. Os representantes dos licitantes presentes na sessão deverão em comum acordo indicar um deles para representar todos os licitantes com o fim de

acompanhar a abertura dos invólucros e rubricar o conteúdo dos mesmos, quando solicitado pela Comissão de Contratação.

18.2.1.5. A Comissão de Contratação, antes do procedimento previsto no subitem seguinte, adotará medidas para evitar que seus membros e ou o representante dos licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

18.2.2. Após o credenciamento a Comissão de Contratação irá proceder à organização dos invólucros nº 1, 2, 3 e 4 recebidos:

18.2.2.1. O invólucro padronizado n.º 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), deverá ser entregue colado/fechado e não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, não poderá apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação do licitante, não poderá estar danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação do licitante, para preservar – até a abertura do invólucro n.º 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

18.2.2.2. Havendo motivos para o não recebimento do invólucro nº 1, também impedirá o recebimento dos demais invólucros do mesmo licitante, que será desclassificado.

18.2.3. A Comissão de Contratação e o representante eleito deverão assinar/rubricar no fecho dos invólucros nº 2 e nº 4 que permanecerão fechados sob a guarda da Comissão, até a sessão designada para abertura de cada um deles.

18.2.4. A Comissão de Contratação deverá abrir os invólucros padronizados nº 1 (Via Não Identificada), com muito cuidado para não danificar o conteúdo produzido pelas agências, e verificar se tem algum elemento que possa identificar o licitante. Após a verificação, a Comissão de Contratação e o representante eleito dentre os licitantes deverão vistar o conteúdo dos invólucros nº 1.

18.2.5. Após, a Comissão de Contratação abrirá os invólucros de nº 03, rubricando os seus conteúdos juntamente com o representante eleito dentre os licitantes.

18.2.6. Se, ao examinar o conteúdo dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Contratação e o representante dos licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a **Comissão de Contratação desclassificará** o licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

18.2.7. 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.

18.2.8. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, os licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão de Contratação.

18.2.9. Se houver desistência expressa em ata de todos os licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade com a informação de que os licitantes serão convocados para a próxima sessão na forma do Edital.

18.2.10. Após a análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros nº 1 e nº 3 deverão ser observados os seguintes procedimentos:

a) Comissão de Contratação irá suspender a primeira sessão, e posteriormente seguir os trâmites de envio para a análise individualizada e julgamento pela Subcomissão Técnica dos invólucros contendo as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e posteriormente da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problema de Comunicação, devidamente lacrados, devendo também elaborar a Ata da Sessão de recebimento dos invólucros, de nº 01, 02, 03e 04;

b) A Subcomissão Técnica, após receber os invólucros de nº 01, deverá efetuar a **análise individualizada e julgamento** das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados no Edital;

c) Após análise individualizada e julgamento pela Subcomissão Técnica, cada membro avaliador(a) deverá transcrever na planilha as **pontuações as justificativas escritas das razões que as fundamentaram em cada caso**, sendo uma planilha de pontuações para cada licitante e para cada avaliador(a), tendo como referência o mesmo Mote/Conceito da Campanha para todos os avaliadores, e ao final do documento cada avaliador(a) deverá inserir dados pessoais e assinar planilha relativa ao julgamento;

d) A Subcomissão Técnica deverá encaminhar para a Comissão de Contratação, um envelope contendo as planilhas e a Ata da análise assinada por todos os membros relativa aos julgamentos individualizados dos invólucros nº 01, e os invólucros nº 01 devidamente lacrados e com seus conteúdos;

e) A Comissão de Contratação encaminhará para a Subcomissão Técnica, os Invólucros nº 3, Conjunto de Informações dos Licitantes com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

f) A Subcomissão Técnica deverá efetuar a **análise individualizada** e julgamento da **Capacidade de Atendimento**, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados no Edital;

g) Após a análise individualizada e julgamento pela Subcomissão Técnica, cada membro avaliador(a) deverá transcrever na planilha as **pontuações e as justificativas escritas das razões que as fundamentaram em cada caso**; sendo uma planilha de pontuações para cada licitante e para cada avaliador(a), e ao final do documento cada avaliador(a) deverá inserir dados pessoais e assinar a planilha relativa ao julgamento;

h) A Subcomissão Técnica após elaboração das planilhas com as pontuações e justificativas deverá gerar Ata da análise, a qual deverá ser assinada por todos(as) avaliadores(as);

i) A Subcomissão Técnica deverá encaminhar para a Comissão de Contratação as planilhas e a Ata relativa aos julgamentos individualizados dos invólucros nº 03 e os invólucros nº 03 devidamente lacrados e com seus conteúdos.

18.2.11. Os membros da Subcomissão Técnica lançarão nota individual para cada quesito e seus atributos do Plano de Comunicação Publicitária, bem como do Conjunto de Informações, e, elaborarão as motivações das notas para cada quesito analisado em planilhas, aferindo a média aritmética para cada quesito.

18.2.12. As planilhas deverão conter, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada quesito e correspondentes atributos do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelos licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos e correspondentes atributos do Conjunto de Informações: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação de cada licitante.

18.2.13. Se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuações a seus quesitos a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, ficando assim de posse da Comissão de Contratação, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase.

18.2.14. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras aqui previstas resulte na identificação do licitante antes da abertura do invólucro nº 2.

18.3. RITOS DA SEGUNDA SESSÃO

18.3.1. A segunda sessão terá a seguinte pauta:

a) Identificação dos representantes dos licitantes. Caso o licitante não tenha tido representante na sessão anterior, deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 6.1; caso seja o(a) mesmo(a) representante já credenciado na primeira sessão não tem a necessidade de apresentar novamente a documentação.

b) Ato contínuo abertura dos Invólucros nº 2;

c) A Comissão de Contratação e o representante eleito pelos licitantes deverão rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 2, e posteriormente efetuar o cotejo das vias não identificadas (invólucro nº 1) com as vias identificadas (invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria (exemplo do cotejo, comparar o conteúdo da primeira página do caderno 1, com a primeira página do caderno 2, já será identificado a agência autora da proposta).

d) Verificação da pontuação total obtida pelos licitantes, considerados os dois invólucros (nº 1 e nº 3), julgados pela Subcomissão Técnica, para efeito de obtenção da pontuação mínima prevista na alínea “d” do subitem 13.10 e proclamação do resultado da Proposta Técnica.

d1) Executar o sorteio, quando for o caso;



d2) Elaboração de planilha geral com as pontuações, obtendo-se a classificação dessa etapa.

18.4. RITOS DA TERCEIRA SESSÃO

18.4.1. Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de abertura das Propostas de Preço – invólucro nº 4 das licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) Identificação dos representantes dos licitantes. Caso o licitante não tenha tido representante nas sessões anteriores, deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 6.0;
- b) Abertura dos invólucros nº 4, análise e rubrica de seus conteúdos pela Comissão de Contratação e Licitantes;
- c) Julgamento das Propostas de Preço, nos termos das exigências fixadas no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, adotando-se o procedimento e regras previstas para o julgamento da Proposta de Preço e pontuação final, de acordo com o resultado obtido na média ponderada através das valorizações nas propostas técnicas e de preço;
- d) Informar que o resultado do julgamento final da Proposta de Preço e das Propostas será publicado, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso;
- e) Havendo a presença de todas os licitantes, bem como a desistência expressa dos mesmos quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, pelo que Comissão de Contratação dará prosseguimento ao certame.

18.5. RITOS DA QUARTA SESSÃO

18.5.1. Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos documentos de Habilitação – invólucro nº 5 dos **licitantes classificados**. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) Identificação dos representantes dos licitantes. Caso o licitante não tenha tido representante nas sessões anterior, deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no credenciamento;
- b) Recebimento e abertura dos invólucros nº 5, dos licitantes classificados e decidir sobre a habilitação, conforme exigências fixadas;
- c) Caso a Comissão de Contratação julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão, sendo o julgamento publicado posteriormente;
- d) Informar o resultado da habilitação;

e) Do resultado do julgamento habilitação e inabilitação, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de no prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso.

f) Havendo a presença de todos os licitantes, bem como a desistência expressa dos mesmos quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, sendo que a Comissão de Contratação dará prosseguimento ao certame.

19.0. DA MODALIDADE E TIPO DA LICITAÇÃO

19.1. Nesta contratação, será adotada a modalidade Concorrência, conforme estabelece a legislação vigente. Quanto ao tipo de licitação, o Art. 6º, inciso XXXVIII, alínea “c” da Lei Federal nº 14.133/2021 determina que o critério “técnica e preço” deve ser utilizado exclusivamente para serviços especiais, como é o caso desta contratação. Ademais, o Art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que regulamenta as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, torna obrigatória a adoção dos tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

19.2. A utilização da modalidade **concorrência, na forma presencial**, se justifica pela inexistência, até o momento, de sistema eletrônico capaz de garantir a ausência de metadados nos arquivos relacionados ao Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, os quais poderiam revelar a identidade dos licitantes de maneira indevida.

19.3. Optar pelo critério “técnica e preço” é pertinente e atende às necessidades da Prefeitura, permitindo a seleção da empresa com a melhor qualificação técnica entre as concorrentes, ao mesmo tempo em que possibilita a negociação e obtenção do menor preço para a execução contratual, dentro das propostas tecnicamente habilitadas.

19.4. Portanto, a presente contratação se enquadra adequadamente na utilização do critério “técnica e preço”, visto que envolve um valor contratual significativo e requer uma atuação publicitária abrangente e de natureza predominantemente intelectual. Considerando o público-alvo das campanhas, as regiões a serem atingidas e os diversos meios de comunicação a serem utilizados, esse critério é o mais adequado para garantir o sucesso das ações previstas, considerando que as notas das Propostas Técnicas terão peso 7 (sete) e as notas das Propostas de Preços terão peso 3 (três).

a) O peso maior de 7 (sete) para a Proposta Técnica se justifica porque as características do serviço de publicidade são peculiares e diferenciadas e não se enquadram no conceito de bens e serviços comuns, portanto a vantajosidade da oferta não é medida exclusivamente pelo seu preço. A vantagem maior reside na qualidade técnica e intelectual do serviço ofertado.

b) Por outro lado, será atribuído o peso menor de 3 (três) com o intuito de a seleção levar em conta não somente fatores de ordem técnica para avaliação do melhor serviço, mas também o fator preço, o que pode incentivar os licitantes a apresentarem propostas comerciais economicamente mais vantajosas.

c) Pelo exposto, a presente contratação será feita por Concorrência, do tipo “técnica e preço”, com os pesos respectivos de 7 (sete) e 3 (três).

20.0. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS



20.1. Das decisões e atos da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica, será facultado aos proponentes, nos termos do Art. 165, da Lei Federal nº 14.133/21:

I - Recurso, no prazo de 3 (três) dias úteis, contado da data de intimação ou de lavratura da ata, em face de:

- Ato que defira ou indefira pedido de pré-qualificação de interessado ou de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento;
- Julgamento das propostas;
- Ato de habilitação ou inabilitação de licitante;
- Anulação ou revogação de licitante;
- Extinção do contrato, quando determinado por ato unilateral e escrito da Administração.

II - Pedido de reconsideração, no prazo de 3 (três) dias úteis, contado da data de intimação, relativamente a ato do qual não caiba recurso hierárquico.

20.2. Comissão de Contratação poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, contados do recebimento do recurso, ou fazê-lo subir à Autoridade Superior, devidamente informados, para deferimento ou indeferimento, dentro do prazo citado.

20.3. A interposição de recurso ou representação será comunicada aos demais proponentes, que poderão impugná-lo no prazo de 3 (três) dias úteis, contados da intimação do ato.

21.0. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

21.1. Reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma dos incisos XI, XII e XIII do Art. 11 da Lei nº 12.232/10, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado.

22.0. DA GARANTIA CONTRATUAL

22.1. Será exigida a garantia da contratação de que tratam os Arts. 96 e seguintes da Lei Federal nº 14.133, de 2021, no percentual **5% (cinco por cento)** do valor total do contrato.

22.2. A garantia, nas modalidades caução e fiança bancária deverá ser prestada no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis após a assinatura do contrato, prorrogáveis por igual período, desde que solicitado pela CONTRATADA no prazo inicialmente concedido.

22.3. Em caso opção pelo seguro-garantia, a parte adjudicatária terá prazo de um mês, contado da data de homologação da licitação, para sua apresentação, que deve ocorrer antes da assinatura do contrato.

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

22.4.1. Prejuízos advindos do não cumprimento do contrato;

22.4.2. Multas punitivas aplicadas pela fiscalização a contratada;



22.4.3. Prejuízos diretos causados a prefeitura decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;

22.4.4. Obrigações previdenciárias e trabalhistas não honradas pela contratada; e

22.4.5. Prejuízos indiretos causados a prefeitura e prejuízos causados a terceiros, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato.

22.5. garantia em dinheiro deverá ser efetuada no Banco do Brasil, em conta específica com correção monetária, em favor da Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte.

22.6. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia poderá acarretar a aplicação de multa de 0,02% (dois centésimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, até o máximo de 1% (um por cento).

22.7. O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias autoriza a Administração a promover a retenção dos pagamentos devidos a contratada, até o limite de 1% (um por cento) do valor anual do contrato, a título de garantia.

22.7.1. A retenção efetuada com base no item 22.7 não gera direito a nenhum tipo de compensação financeira a contratada.

22.8. A contratada, a qualquer tempo, poderá substituir a retenção efetuada com base no item 22.5 desta cláusula por quaisquer das modalidades de garantia, caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, seguro-garantia ou fiança bancária.

22.9. O valor da multa moratória decorrente do atraso da entrega da garantia poderá ser glosado de pagamentos devidos a contratada.

22.10. O número do contrato garantido e/ou assegurado deverá constar nos instrumentos de garantia ou seguro a serem apresentados pelo garantidor e/ou segurador.

22.11. Quando da abertura de processos para eventual aplicação de penalidade, a fiscalização do contrato deverá comunicar a seguradora e/ou a fiadora paralelamente às comunicações de solicitação de defesa prévia a contratada e das decisões finais de 1ª e última instância administrativa.

22.12. O garantidor não é parte interessada para figurar em processo administrativo instaurado pela Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte com o objetivo de apurar prejuízos e/ou aplicar sanções a contratada.

22.13. Será considerada extinta a garantia:

22.13.1. Com a devolução da apólice, carta fiança ou autorização para o levantamento de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, ou desimpedimento dos imóveis, acompanhada de declaração da Administração, mediante termo circunstanciado, de que a contratada cumpriu todas as cláusulas do contrato;

22.13.2. 90 (noventa) dias após a extinção do Contrato.

22.14. Isenção de responsabilidade da garantia:



22.14.1. A Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte não executará a garantia na ocorrência de uma ou mais das seguintes hipóteses:

- a) Caso fortuito ou força maior;
- b) Alteração, sem prévio conhecimento da seguradora ou do fiador, das obrigações contratuais;
- c) Descumprimento das obrigações pela contratada decorrentes de atos ou fatos praticados pela Administração;
- d) Atos ilícitos dolosos praticados por servidores da Administração.

22.15. Para efeitos da execução da garantia, os inadimplementos contratuais deverão ser comunicados pela Prefeitura a CONTRATADA e/ou à Instituição Garantidora, no prazo de até 90 (noventa) dias após o término de vigência do Contrato

22.16. Quando da renovação do contrato, a garantia também deverá ser renovada.

23.0. DO MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

23.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e das leis pertinentes, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

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

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

23.4. A Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

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

23.6. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos.

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

23.8. O fiscal técnico do contrato anotar no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

23.19. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções.

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

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



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

23.23. O contratado deverá manter preposto aceito pela Administração no local do serviço para representá-lo na execução do contrato.

24.0. DA FISCALIZAÇÃO TÉCNICA E ADMINISTRATIVA

24.1. A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos.

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

24.3. O fiscal técnico do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

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

24.5. O fiscal técnico do contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso. 24.6 No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprezadas, o fiscal técnico do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato.

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

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

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

25.0. DA VIGÊNCIA E DAS ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

25.1. Da vigência contratual

25.1.1. Após a homologação da licitação, o adjudicatário terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data de sua convocação, para assinar o Termo de Contrato, cuja vigência será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado nos termos da Lei 14.133/2021, respeitada a vigência máxima decenal.

25.2. Das prorrogações

25.2.1. Para fins de renovação contratual, o gestor do contrato, com base no histórico de gestão do contrato e nos princípios da manutenção da necessidade, economicidade e oportunidade da contratação, deverá encaminhar à área administrativa, com pelo menos 60 (sessenta) dias de antecedência do término do contrato, a respectiva documentação para o aditamento.

25.3. Do reajuste

25.3.1. O contrato será irrealizável, visto que os valores dos serviços são baseados em tabela vigente do SINAPRO/PE, a qual é atualizada conforme as regras do próprio Sindicato.

25.4. Das alterações contratuais

25.4.1. Nos termos da legislação em vigor, durante a fase de execução da prestação dos serviços o contrato poderá ser alterado, desde que justificadamente, na forma prevista no Art. 124, da Lei Federal nº 14.133, de 2021. as alterações contratuais devem ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, que deverá ser submetido à prévia aprovação da consultoria jurídica do contratante.

26.0. DA FORMA DE PAGAMENTO

26.1. O pagamento decorrente da concretização do objeto será efetuado pelo contratante após a comprovação da entrega do objeto nas condições exigidas, mediante atestação do responsável e apresentação dos documentos fiscais atualizados, no prazo de até 30 (trinta) dias.

26.2. A nota fiscal/fatura deverá ser emitida pela contratada e pelos veículos/fornecedores em inteira conformidade com as exigências legais contratuais, especialmente as de natureza fiscal.

26.3. Identificada pelo contratante qualquer divergência na nota fiscal/fatura, deverá devolvê-la à contratada para que sejam feitas as correções necessárias, sendo que o prazo estipulado acima será contado somente a partir da reapresentação do documento desde que devidamente sanado o vício.

26.3.1. A devolução da documentação de cobrança não aprovada pelo CONTRATANTE não servirá de motivo para que a CONTRATADA suspenda a execução dos serviços ou deixe de efetuar os pagamentos devidos aos seus empregados envolvidos na execução contratual.

26.4. Os pagamentos devidos pelo contratante serão efetuados por meio de depósito ou transferência eletrônica em conta bancária a ser informada pela contratada, preferencialmente do Banco do Brasil, ou, eventualmente, por outra forma que vier a ser convencionada entre as partes, vedando-se o pagamento por meio de boleto bancário.

26.5. Uma vez paga a importância discriminada na nota fiscal/fatura, a contratada dará ao contratante plena, geral e irrevogável, quitação dos valores nela discriminados, para nada mais vir a reclamar ou exigir a qualquer título, tempo ou forma.

26.6. Após efetivar o pagamento, a CONTRATADA deverá apresentar à PREFEITURA comprovantes de pagamento dos executores envolvidos nas atividades, em até 05 (cinco) dias úteis após a efetiva quitação da Nota Fiscal, podendo ser entregue também em mídia digital, devendo constar:



- Nome do executor;
- Data do pagamento; e
- Valor pago (valores líquidos pactuados pelas atividades).

Os comprovantes de veiculação, produção e outros apresentados devem se ater aos executores constantes nas atividades realizadas.

26.7. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a Contratada não tenha concorrido para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação financeira devida pela Contratante, entre a data do vencimento e o efetivo adimplemento da parcela, é calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$EM = I \times N \times VP$, sendo:

EM = Encargos moratórios;

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = Valor da parcela a ser paga.

I = Índice de compensação financeira = 0,00016438, assim apurado:

I =
(TX)

I =
(6/100)
365

I = 0,00016438

TX = Percentual da taxa anual = 6%

26.8. Na realização do pagamento serão retidos os tributos devidos conforme as normas em vigor e passíveis de retenção pela Prefeitura, devendo o fornecedor indicar estes valores no documento fiscal.

26.9. Nenhum pagamento será efetuado enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira ou técnica que lhe for imposta, em virtude de penalidade ou inadimplência, sem que isso gere direito ao pleito do reajustamento de preços ou correção monetária.

26.10. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Contrato e na proposta, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

26.11. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus à contratante.

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

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

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

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

27.0. DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA

27.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula:

27.1.1. Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com base na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, vigente à época da prestação dos serviços, com a concessão do percentual de desconto de % ().

27.1.2. Percentual de honorários % (por cento) incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

27.1.3. Percentual de honorários % (..... por cento) quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

27.1.4. Percentual de remuneração de 20% (vinte por cento) sobre o valor da contratação da mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto padrão.

27.1.5. A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o Art. 11, da Lei nº. 4.680/65 e Normas Padrão do CENP, conforme abaixo:

27.1.6. A CONTRATADA repassará, quando cabível, à Prefeitura o valor correspondente ao percentual respectivo constante do Anexo "B" das Normas Padrão – CENP, Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído pelo item 6.4 das Normas Padrão do CENP.

27.1.7. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

27.1.8. A CONTRATADA se compromete a apresentar planilha detalhada com os valores previstos na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente na data de prestação dos serviços, e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE.

27.1.9. Os honorários e a remuneração de que tratam os subitens 27.1.2 a 27.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado pelos fornecedores.

27.1.10. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, no atendimento da conta, serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

27.1.11. Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

28.0. DO DESCONTO DE AGÊNCIA

28.1. Além da remuneração, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o Art. 11, da Lei 4.680/65 e Normas Padrão do CENP e com as demais disposições.

28.2. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do Art. 19, da Lei 12.232/2010.

29.0. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

29.1. As despesas afetadas à execução deste objeto correrão à conta das seguintes dotações orçamentárias:

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.01 – GABINETE DO PREFEITO

0412200202.007 – Manutenção do Gabinete do Prefeito

33903900 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 25

500.0000 – Recursos não vinculados de Impostos

0412200202.008 – Divulgação Oficial, Marketing e Publicidade

33903900 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 29

500.0000 – Recursos não vinculados de Impostos

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.04 – SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO

0412200212.017 – Manutenção da Secretaria de Administração

33903900 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 70

500.0000 – Recursos não vinculados de Impostos

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.06 – SECRETARIA DE EDUCAÇÃO, CULTURA E ESPORTES



1212201882.024 – *Manutenção das Atividades da Secretaria de Educação*
33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 114*
500.1001 – *Recursos não vinculados de Impostos – Educação*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.07 – SECRETARIA DE SAÚDE

1012200212.050 – *Manutenção da Secretaria de Saúde*
33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 274*
500.1002 – *Recursos não vinculados de Impostos – Saúde*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.08 – SECRETARIA DE OBRAS E URBANISMO

1545103232.054 – *Manutenção da Secretaria de Obras e Urbanismo*
33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 320*
500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.10 – SECRETARIA DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E MEIO AMBIENTE

2012200212.067 – *Manutenção da Secretaria de Agricultura, Pecuária e Meio Ambiente*
33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 454*
500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.11 – SECRETARIA DE TURISMO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

2369503632.071 – *Manutenção da Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico*
33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 478*
500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.12 – SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO GOVERNAMENTAL

0412100202.073 – *Manutenção da Secretaria de Articulação Governamental*
33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 496*
500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.13 – SECRETARIA DE DEFESA SOCIAL

0618201742.076 – *Manutenção da Secretaria de Defesa Social*
33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 513*
500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.16 – SECRETARIA DE GESTÃO PÚBLICA

0412200202.088 – *Manutenção da Secretaria de Gestão Pública*
33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 601*
500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.20 – FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL

0812200202.121 – *Gestão Administrativa do Fundo de Assistência Social*
33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 929*
500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*



30.0. DAS INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

30.1. O licitante ou o contratado será responsabilizado administrativamente pelas seguintes infrações:

30.1.1. Dar causa à inexecução parcial do contrato;

30.1.2. Dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

30.1.3. Dar causa à inexecução total do contrato;

30.1.4. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame;

30.1.5. Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

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

30.1.7. Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;

30.1.8. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

30.1.9. Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

30.1.10. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

30.1.11. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;

30.1.12. Praticar ato lesivo previsto no Art. 5º, da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013;

30.2. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas previstas nesta lei as seguintes sanções:

30.2.1. Advertência;

30.2.2. Multa;

30.2.3. Impedimento de licitar ou contratar;

30.2.4. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

30.3. Na aplicação das sanções será considerado o disposto no § 1º, do Art. 156, da Lei nº 14.133/21.

30.4. A sanção prevista no subitem 30.2.1 será aplicada exclusivamente pela infração administrativa prevista no subitem 30.1.1, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.



30.5. A sanção prevista no subitem 30.2.2, aplicável ao responsável por qualquer das infrações administrativas previstas no item 30.1, será de até 20% do valor do contrato/Ata, não podendo ser inferior a 0,5%, observado o disposto no item 30.3.

30.6. A sanção prevista no subitem 30.2.3 será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos subitens 30.1.2, 30.1.3, 30.1.4, 30.1.5, 30.1.6 e 30.1.7, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo que tiver aplicado a sanção, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

30.7. A sanção prevista no subitem 30.2.4 será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos subitens 30.1.8, 30.1.9, 30.1.10, 30.1.11 e 30.1.12, bem como pelas infrações administrativas previstas nos incisos 30.1.2, 30.1.3, 30.1.4, 27.1.5, 30.1.6 e 30.1.7 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção referida no § 4º deste artigo, e impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

30.8. A sanção estabelecida no subitem 30.2.4 será precedida de análise jurídica e observará o disposto no Art. 156, § 6º, da Lei nº 14.133/21.

30.9. As sanções previstas nos subitens 30.2.1, 30.2.3 e 30.2.4 poderão ser cumulativamente aplicadas com a prevista no subitem 30.2.2.

30.10. A aplicação das sanções previstas nos subitens 30.2.3 e 30.2.4 requererá a instauração de processo de responsabilização para avaliação dos atos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o contratado para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

30.11. A aplicação de multa de mora não impedirá que a Administração a converta em compensatória e promova a extinção unilateral do contrato com a aplicação cumulada de outras sanções previstas na Lei Federal nº 14.133/21.

30.12. A reabilitação do licitante será admitida na forma do Art. 163, da Lei Federal nº 14.133/21.

30.13. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo.

30.14. Serão aplicadas às pessoas jurídicas consideradas responsáveis pelos atos lesivos previstos na Lei Anticorrupção as sanções descritas no Art. 6º, da Lei nº 12.846/13.

30.14.1. A responsabilidade será apurada por intermédio de instauração de processo administrativo de apuração de responsabilidade da pessoa jurídica.

30.14.2. As sanções serão aplicadas fundamentadamente, isolada ou cumulativamente, de acordo com as peculiaridades do caso concreto e com a gravidade e natureza das infrações.

30.14.3. A aplicação das sanções previstas no Art. 6º, da Lei nº 12.846/13 não exclui, em qualquer hipótese, a obrigação da reparação integral do dano causado.

30.14.4. Serão levados em consideração na aplicação das sanções as condições previstas no Art. 7º, da Lei nº 12.846/13.

31.0. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS



31.1. Caso seja necessário, a Comissão de Contratação poderá suspender a sessão da Concorrência a qualquer momento, em virtude do transcurso do tempo, para análise de propostas ou documentações, para realização de diligências ou parecer técnico, lavrando em ata que deverá ser assinada pela Comissão e licitantes presentes.

31.1.1. A intimação para continuidade da sessão poderá ser feita no ato da suspensão ou por meio de publicação no site da Prefeitura com antecedência mínima de 02 (dois) dias úteis, constando em ata a responsabilidade dos licitantes em acompanharem diariamente as publicações.

31.1.2. Os invólucros que não estiverem abertos ficarão em poder da Comissão em caso de suspensão da sessão.

31.2. O licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase desta licitação. A falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará na imediata desclassificação ou inabilitação do licitante, ou a rescisão contratual, sem prejuízo das sanções administrativas, civis e penais cabíveis.

31.3. Uma vez incluído no processo licitatório, nenhum documento será devolvido, salvo se original, desde que contenha a cópia, para conferência pela Comissão de Contratação.

31.4. Na análise da documentação e no julgamento das Propostas de Preços, a Comissão de Contratação poderá, a seu critério, solicitar o assessoramento técnico de órgãos ou de profissionais especializados, inclusive da Subcomissão Técnica.

31.5. Toda a documentação apresentada neste Edital e seus anexos são complementares entre si, de modo que qualquer detalhe que se mencione em um documento e se omita em outro será considerado especificado e válido.

31.6. A comissão, no interesse da Administração, poderá adotar medidas saneadoras, durante o certame, e relevar omissões e erros formais, observadas na documentação e proposta, desde que não contrariem a legislação vigente e não comprometam a lisura da licitação, sendo possível a promoção de diligências junto aos licitantes, destinadas a esclarecer a instrução do processo, conforme disposto na Lei Federal nº 14.133/21.

31.6.1. Se houver solicitação de documentos complementares, estes deverão ser apresentados em original e cópia, ou ainda enviados por e-mail, sendo possível, ainda, a autenticação dos mesmos por um membro da Comissão de Contratação.

31.6.2. O não cumprimento da diligência poderá ensejar a desclassificação da proposta ou inabilitação do licitante.

31.7. As decisões da Comissão de Contratação e Subcomissão Técnica serão publicadas no Órgão Oficial do Município, e serão publicadas no endereço: <https://www.gov.br/pncp/pt-br>.

31.8. A participação do licitante neste certame implica o conhecimento integral dos termos e condições inseridas neste Edital, bem como das demais normas legais que disciplinam a matéria.

31.9. A presente licitação não importa, necessariamente, em contratação, podendo o Órgão revogá-la, no todo ou em parte, por razões de interesse público, derivadas de fatos supervenientes



comprovados ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação, mediante ato escrito e fundamentado.

31.10. O Governo poderá prorrogar, por conveniência exclusiva, a qualquer tempo, os prazos para recebimento das propostas ou para sua abertura.

31.12 A Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte reserva para si o direito de não aceitar ou receber qualquer serviço em desacordo com o previsto no Edital e no Termo de Referência, ou em desconformidade com as normas legais ou técnicas pertinentes ao objeto.

31.13. Em nenhuma hipótese os licitantes e/ou a futura contratada poderão alegar o desconhecimento das condições para a perfeita compreensão do objeto, o cumprimento das exigências de habilitação e/ou a integral execução contratual nos termos previstos neste instrumento, em seus encartes e no contrato. O contratante reserva para si o direito de corrigir eventuais erros de digitação, compilação ou transcrição de informações concernentes a esse documento e a seus apêndices/anexos.

31.14. Fica eleito o foro da Comarca de Taquaritinga do Norte, Estado de Pernambuco, para dirimir eventuais conflitos de interesses decorrentes desta licitação, valendo esta cláusula como renúncia expressa a qualquer outro foro, por mais privilegiado que seja ou venha a ser.

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

Anexo I – Estudo Técnico Preliminar;

Anexo II – Termo de Referência;

Apêndice A – Briefing para Elaboração da Proposta Técnica.

Anexo III – Modelo de Proposta de Preços;

Anexo IV – Modelo de Carta de Credenciamento;

Anexo V – Modelo de Declaração de Fatos Impeditivos;

Anexo VI – Modelo de Declaração de Empregador Pessoa Jurídica;

Anexo VII – Modelo de Declaração de Pleno Conhecimento do Edital;

Anexo VIII – Modelo de Declaração de Ausência de Vínculo;

Anexo IX – Modelo de Declaração de Idoneidade;

Anexo X – Modelo de Declaração de Adequação à Legislação de Privacidade e Proteção de Dados;

Anexo XI – Minuta Contratual.

Taquaritinga do Norte - PE, 09 de fevereiro de 2026.

GENIVALDO FERREIRA LINS

Prefeito

27-08-1801

10-05-1887



ANEXO I – ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

INTRODUÇÃO

Este Estudo Técnico Preliminar tem como objetivo embasar a contratação de serviços de publicidade e propaganda pela Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte, com a finalidade de divulgar ações e serviços da administração pública, além de promover campanhas de interesse coletivo, como saúde, educação, segurança, cultura e outros temas relevantes à população.

EMBASAMENTO LEGAL

A **Lei Federal nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações)** trouxe novas regras sobre processos licitatórios, incluindo para a contratação de serviços de publicidade. O Art. 77, da Lei Federal nº 14.133/2021, define as exigências específicas sobre a contratação de agências de publicidade.

A **Lei nº 12.232/2010** é uma legislação específica que regulamenta as contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública. Ela tem um impacto direto sobre a licitação de publicidade, pois detalha como os serviços de publicidade devem ser contratados, incluindo as modalidades, exigências e a forma de pagamento.

Aspectos chave da **Lei nº 12.232/2010**:

Art. 1º - Define o que são os serviços de publicidade, abrangendo a criação, produção e veiculação de campanhas publicitárias, incluindo ações de marketing e publicidade institucional. Art. 3º - Estabelece que a licitação para a contratação de serviços de publicidade deve ser feita de acordo com a Lei nº 14.133/2021, mas com algumas peculiaridades. Também regulamenta as formas de veiculação da publicidade (mídia tradicional e digital).

Art. 4º - Define a obrigatoriedade de que a administração pública contrate agências de publicidade para a execução desses serviços. Elas deverão ser responsáveis por todo o processo, desde a criação das campanhas até a veiculação.

A **Constituição Federal** também trata de princípios gerais que devem ser observados em qualquer processo licitatório, incluindo os de publicidade:

Art. 37 - Estabelece os princípios da administração pública, como a legalidade, impessoalidade, moralidade, **publicidade** e eficiência, que devem ser seguidos em todas as contratações públicas. **Publicidade**: Um dos princípios constitucionais mais importantes, pois exige que os atos administrativos sejam transparentes e que a publicidade seja realizada de maneira clara e acessível à população.

OBJETO

Constitui objeto do presente estudo técnico a pretensa: Contratação de serviços de publicidade, propaganda e marketing prestados por intermédio da Agência de Propaganda compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, bem como ações de caráter informativo, educativo e de orientação social voltadas à comunidade local e regional do município de Taquaritinga do Norte - PE.



ÁREA REQUISITANTE

SECRETARIA	RESPONSÁVEL
GABINETE DO PREFEITO	ILKA PALOMA BARBOSA FIGUEIRÔA

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO (Art. 18, § 1º, inciso I)

1.1. A contratação de serviços de publicidade para o Município é essencial para:

- Aumentar a visibilidade das ações e programas da administração pública municipal, promovendo maior transparência e comunicação com a população.
- Divulgar campanhas institucionais, educativas e de utilidade pública, como saúde (vacinação, prevenção), educação (matrículas, projetos educacionais), cultura e lazer (eventos, festivais).
- Promover e engajar a população em programas e serviços municipais, como programas de coleta seletiva, segurança pública, e outros projetos de interesse da comunidade.
- Garantir a transparência e o acesso à informação, conforme princípios constitucionais de publicidade e moralidade administrativa.

1.2. O Conselheiro do Tribunal de Contas de Pernambuco, Eduardo Porto em decisão cautelar recente, conforme consulta a Resolução TC nº 266/2024, discorrer sobre o princípio constitucional da publicidade, destacou o caráter fundamental da publicidade institucional e a sua relevância para o fortalecimento das instituições em decorrência da maior transparência e do controle social por parte da sociedade civil, nestes termos:

“Sob a ótica do Tribunal de Contas de Pernambuco, a publicidade institucional detém um caráter fundamental que transcende a mera divulgação de atos; ela é o alicerce para o fortalecimento das instituições. Ao garantir que a sociedade tenha acesso a informações claras sobre políticas públicas, o Tribunal reitera que essa prática viabiliza a transparência ativa e o exercício do controle social, permitindo que a sociedade civil atue como fiscal da eficiência e da moralidade administrativa.”

1.3. Em assim sendo, em conformidade com o entendimento do Tribunal de Contas de Pernambuco, podemos afirmar que a publicidade institucional é uma atividade necessária e uma necessidade permanente, isto é, o serviço de publicidade possui um caráter contínuo.

1.4. Somado a isso, é importante esclarecer a complexidade para realização de um processo licitatório para contratação da agência de publicidade e que a sua realização a cada período de 12 (doze) meses poderá acarretar na interrupção dos serviços, o que é indesejável para a Administração Pública Municipal portanto, em conformidade com o disposto na Lei Federal nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos - NLLC).

1.5. Outro aspecto relevante, é que a contratação será feita para atender as demandas com publicidade institucional da Administração Municipal Direta (todas as Secretarias) que surgirem durante a vigência da contratação, portanto, **o valor da contratação é meramente estimativo, de**

forma que os pagamentos devidos ao CONTRATADO dependerão dos quantitativos dos serviços efetivamente prestados.

1.5. A empresa CONTRATADA deverá executar os seguintes serviços de publicidade:

- Capital do Café: Reconhecida oficialmente pela ALEPE, epicentro da cafeicultura estadual com produção focada na espécie arábica típica, patrimônio genético de alto valor;
- Clima de Serra: Temperaturas médias entre 18°C e 20°C, podendo chegar a 12°C no inverno com neblina característica;
- Riqueza Histórica: Centro histórico preservado, Matriz bicentenária de Santo Amaro, histórias do cangaço;
- Potencial Ecoturístico: Mirantes panorâmicos, sítios arqueológicos, Rampa do Pepê para voo livre.

2. ALINHAMENTO AOS PLANOS DA ADMINISTRAÇÃO (Art. 18, § 1º, inciso II)

2.1. As contratações são consideradas como instrumentos relevantes para a realização das políticas públicas. Nesse sentido, o alinhamento com o planejamento estratégico do órgão é vital tanto para que se mantenha o foco no alcance de resultados efetivos para a organização, quanto para a entrega de resultados à sociedade.

2.2. Essa visão consagra a publicidade como um componente crucial da organização, uma vez que não há como atingir o alcance da missão institucional, a implementação de políticas públicas, o acesso à informação e a prestação de contas à sociedade sem uma publicidade de utilidade pública adequada e estruturada.

2.3. A contratação pretendida tem relação direta com o alcance dos objetivos estratégicos da Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte, como já justificado. Além disso, a contratação em tela está relacionada às atividades das áreas meio e finalísticas do Gabinete do Prefeito, à medida em que a publicidade de utilidade pública se apresenta como instrumento de disseminação de informações e chamamento da população para o debate de políticas públicas.

3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO (Art. 18, § 1º, inciso III)

3.1. Os requisitos da contratação estão condicionados às exigências previstas na Lei Federal nº 12.232/2010, na Lei Federal nº 14.133/2021, na Lei Federal nº 4.680/1965, neste Estudo Técnico Preliminar, no Termo de Referência e no Edital do certame.

3.2. Considerando que para o município é mais vantajoso a contratação por meio do julgamento, tipo “técnica e preço”, sugerimos manter esse critério, com a adoção da modalidade concorrência pública presencial.

3.3. Somente poderão participar desta licitação as empresas qualificadas como agências de propaganda nos termos do disposto no Art. 3º, da Lei Federal nº 4.680/1965, legalmente constituídas, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, conforme disposto no Art. 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010, doravante designadas concorrentes, que atenderem a todas as exigências deste Estudo Técnico e de seus anexos, sendo vedada a participação de Consórcio de empresas, haja vista que existem no mercado diversas empresas com potencial técnico, profissional e operacional, suficiente para atender satisfatoriamente às exigências previstas para a contratação destes serviços e que a admissão de Consórcio poderá ocasionar



dificuldades de gestão dos serviços licitados e, ainda, que permitir a participação de consórcio neste certame, poderá implicar em potencial risco de restrição à competição.

4. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES PARA CONTRATAÇÃO (Art. 18, § 1º, inciso IV)

4.1. A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual visto que, diferentemente de objetos de natureza comum, os serviços de publicidade são de ordem intelectual dedicados ao atingimento de objetivos comunicacionais oriundos do planejamento estratégico da Administração Municipal, os quais são revestidos de caráter subjetivo.

4.2. Conforme destacado pelo Ministro Benjamin Zymler (TCU, Acórdão n. 3233/2010 - Plenário, sessão de 01/12/2010), “o serviço de publicidade, mesmo sendo divisível contratualmente, não é para efeito de licitação, tanto da perspectiva econômica, quanto da de utilidade. Isto porque, além de ser dispendioso o lançamento de uma licitação para cada campanha, quando a necessidade de comunicação surge, em geral não se tem como esperar que o certame seja processado, sob pena de fazer a ação intempestiva. É próprio da informação publicitária o aproveitamento de oportunidades.”

4.3. Dessa forma, conforme mencionado anteriormente, a contratação será feita para atender as demandas com publicidade institucional da Administração Municipal Direta (todas as Secretarias) que surgirem durante a vigência da contratação, portanto, **o valor global da contratação será meramente estimativo, de forma que os pagamentos devidos ao CONTRATADO dependerão dos quantitativos dos serviços efetivamente prestados.**

5. LEVANTAMENTO DE MERCADO (Art. 18, § 1º, inciso V)

5.1. Diante da necessidade do objeto deste estudo e da exigência legal dos serviços de publicidade serem prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, foi feito o levantamento das licitações anteriores realizadas pela Administração Municipal, bem como por outros entes públicos.

5.2. Assim, a concorrência entre os licitantes se dará pela aplicação do tipo “técnica e preço”, garantindo amplas possibilidades das agências de publicidade e propaganda oferecerem soluções adequadas à Administração Municipal, devendo-se, ainda, obedecer a um conjunto de requisitos previstos em lei. A concorrência do tipo “técnica e preço” deve ser embasada em um “**briefing**”, conforme Anexo deste Estudo Técnico Preliminar, que será divulgado pela Administração Municipal, contendo de forma precisa, clara e objetiva todas as informações suficientes para que os interessados elaborem suas propostas para fins da avaliação técnica que será feita pela subcomissão técnica em conformidade com o disposto no Art. 10, da Lei Federal nº 12.232/2010. Ademais, a tabela de preços vigente pelo SINAPRO/PE no momento da licitação juntamente com a proposta limite de honorários que poderão ser cobrados pela agência de publicidade são a base para a elaboração da proposta de preços.

6. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO (Art. 18, § 1º, inciso VI)

6.1. Para fins de elaboração do valor estimado, foram analisados os gastos com publicidade institucional nos últimos anos, com base nas principais campanhas realizadas no período. Além disso, considerou-se a prática adotada por outros municípios com população semelhante à de Taquaritinga do Norte - PE, cujos investimentos foram entre R\$ 300.000,00 à R\$ 600.000,00 (valores estimativos).



a) Altinho - PE: Com cerca de 21 mil habitantes, o município realiza investimentos em publicidade voltados para a transparência e eventos de tradição local.

b) Lagoa Grande - PE: Embora tenha perfil econômico distinto, o crescimento do PIB local nos últimos anos tem sido acompanhado por investimentos em comunicação para fomento do turismo e agronegócio.

c) Toritama e Santa Cruz do Capibaribe, ambas de Pernambuco: Embora Santa Cruz seja maior, municípios do Polo de Confecções vizinhos a Taquaritinga do Norte frequentemente empenham valores nessa faixa para campanhas de conscientização tributária e divulgação de feiras de negócios.

6.2. Dessa forma, para a presente contratação, estima-se um gasto anual de R\$ 450.000, (quatrocentos e cinquenta mil reais) para atendimento de todas as Secretarias Municipais.

6.3. Considerando os valores mencionados acima, estima-se que o valor do contrato será de R\$ 450.000, (quatrocentos e cinquenta mil reais), por ano, no entanto, caso haja necessidade da realização de serviços além desse valor, desde que devidamente justificado pelo Ordenador de Despesas, o contrato poderá ser aditivado com acréscimo de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato em conformidade com o disposto no Art. 125, da Lei Federal nº 14.133/2021.

6.4. Cabe ressaltar mais uma vez que os valores são estimados para atender as demandas com publicidade institucional da Administração Municipal Direta e Indireta que surgirem durante a vigência da contratação, portanto, o valor da contratação será meramente estimativo, de forma que os pagamentos devidos ao CONTRATADO dependerão dos quantitativos dos serviços efetivamente prestados.

6.5. Dessa forma, a Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte, se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos para a contratação dos serviços de publicidade.

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO (Art. 18, § 1º, inciso VII)

7.1. ANÁLISE DA VIABILIDADE TÉCNICA E ECONÔMICA:

7.1.1. **Viabilidade Técnica:** A viabilidade técnica será garantida pela contratação de empresas com experiência comprovada na realização de campanhas publicitárias para a administração pública, e que possuam qualificação em áreas como design gráfico, planejamento de mídia e análise de resultados. A escolha do fornecedor deverá considerar também a capacidade da empresa em atender às especificações técnicas, prazos e orçamentos definidos.

7.1.2. **Viabilidade Econômica:** O orçamento para a execução da publicidade será estipulado de acordo com o planejamento financeiro da Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte. Será realizado um levantamento de custos de mercado para veiculação de mídia em canais tradicionais (TV, rádio) e digitais (redes sociais, websites), os valores de criação tem como referência a Tabela SINAPRO vigente na época.

7.2. O processo de licitação buscará uma proposta que combine a qualidade dos serviços com o menor custo, dentro dos parâmetros definidos pela Lei de Licitações.



8. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO (Art. 18, § 1º, inciso VIII)

8.1. O parcelamento do serviço objeto deste Estudo Técnico Preliminar não se mostra tecnicamente viável, visto que os serviços de publicidade são complementares entre si e integrantes do rol de comunicação integrada, não sendo assim objetos divisíveis, de naturezas distintas ou loteáveis.

8.2. A Lei nº 12.232/2010 conceitua os serviços de publicidade da seguinte forma:

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente, 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, além da distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

8.3. Dessa maneira, a própria conceituação do objeto proposto pressupõe a integralidade das atividades de publicidade. Além disso, conforme previsto no § 3º do Art. 2º, da Lei nº 12.232/2010, a execução deve ser observada em sua totalidade, podendo ser adjudicado a mais de uma agência, porém sem a segregação em itens.

9. DEMONSTRATIVOS DOS RESULTADOS PRETENDIDOS (Art. 18, § 1º, inciso IX)

9.1. Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, será possível à Administração Municipal realizar seu planejamento estratégico com mais eficiência e eficácia.

9.2. Cumpre ressaltar, ainda, que a comunicação institucional realizada em parceria com empresa especializada permite uma organização das atividades comunicacionais de forma mais assertiva, potencializando os recursos financeiros, humanos e operacionais em torno dos objetivos e metas estratégicas.

9.3. A agência de publicidade, uma vez contratada, poderá atuar na intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados para produção e execução das peças e materiais publicitários, bem como para a contratação de mídia junto aos veículos de comunicação.

10. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO (Art. 18, § 1º, inciso X)

10.1. O público-alvo das campanhas publicitárias será composto pela população de Taquaritinga do Norte, com ênfase em diferentes segmentos, conforme a campanha:

- Geral: Campanhas institucionais e educativas que atendem a toda a população.
- Segmentado: Campanhas específicas voltadas para determinados grupos, como crianças (programas educacionais), idosos (saúde, segurança), profissionais (capacitação, emprego) e outras categorias de interesse.

10.2. A estratégia de comunicação será adaptada para cada segmento, utilizando os seguintes meios:

- Mídia Digital (Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube): Para engajar a população jovem e adultos conectados.



- Mídia Tradicional (rádio, TV, jornais): Para alcançar toda a população, incluindo aqueles com menos acesso à internet.
- Mídias Out of Home (outdoors, busdoors, placas): Para campanhas de grande visibilidade, com foco em locais de alto tráfego.

11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES (Art. 18, § 1º, inciso XI)

11.1. Não existe em andamento contratações correlatas ou interdependentes que venham a interferir ou merecer maiores cuidados no planejamento da futura contratação.

12. DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS (Art. 18, § 1º, inciso XII)

12.1. A contratação de serviços de assessoria de comunicação não tende a apresentar impactos ambientais diretos significativos. Contudo, é imprescindível manter uma abordagem responsável que esteja alinhada com as práticas de desenvolvimento nacional sustentável, conforme preconizado pelos princípios da eficiência, da economicidade e do desenvolvimento.

13. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO SOBRE A ADEQUAÇÃO DA CONTRATAÇÃO (Art. 18, § 1º, inciso XIII)

13.1. Diante de toda a análise desenvolvida neste estudo técnico preliminar, considerando as competências atribuídas a equipe de planejamento, a contratação em tela mostra-se viável em termo de disponibilidade de mercado, forma de prestação de serviços, competitividade do mercado, não sendo observado óbices ao prosseguimento da presente contratação no formato indicado.

MARIA EDUARDA GONÇALVES DA CUNHA
Oficial de Gabinete

TAQUARITINGA DO NORTE

27-08-1801

10-05-1887



ANEXO II – TERMO DE REFERÊNCIA

1.0. OBJETO DA CONTRATAÇÃO

1.1. Constitui objeto da presente licitação: Contratação de serviços de publicidade, propaganda e marketing prestados por intermédio da Agência de Propaganda compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, bem como ações de caráter informativo, educativo e de orientação social voltadas à comunidade local e regional do município de Taquaritinga do Norte - PE.

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

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

1.2.2. produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

1.2.3. A criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologia.

1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade de:

1.3.1. Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo Executivo Municipal, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

1.3.2. Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

1.3.3. Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.4. Os serviços previstos acima não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.4.1. Não se incluem no conceito de patrocínio, o patrocínio de mídia - assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação - e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimentos comercializados por veículo de divulgação.

2.0. DA ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO

2.1. Nos termos do Art. 2º, da Lei nº 12.232/2010, o objeto de um contrato de serviços de publicidade envolve 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 objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.



2.2. O § 1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no Art. 3º desta lei;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.3. De acordo com o § 2º do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.4. Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I acima descrito, o Art. 3º da mesma lei torna passível de execução apenas àquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

2.5. Deste modo, a partir dos estudos realizados, constata-se que, para a descrição da solução mais adequada, pode-se afirmar que a propensa contratação será operacionalizada nos moldes até aqui estabelecidos pela Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte.

2.6. Este modelo de contratação demonstra-se adequado às necessidades da Prefeitura, uma vez que garante flexibilidade na execução dos serviços, ao mesmo tempo que preserva a integridade e o controle sobre as operações publicitárias, bem como assegura a qualidade dos resultados e o cumprimento das exigências legais, caracterizando uma solução robusta e eficiente para o planejamento estratégico da comunicação do Governo Municipal.

3.0. DEFINIÇÃO DO OBJETO E ESCOPO DOS SERVIÇOS

3.1. Escopo Abrangente da Contratação

O objeto contratual compreende o conjunto integrado de atividades que se estendem desde o estudo e planejamento da comunicação até a distribuição das mensagens, incluindo:

- Planejamento e Pesquisa: Planejamento e execução de pesquisas de opinião pública, de mercado e outros instrumentos de avaliação para subsidiar a estratégia de comunicação e aferir os resultados das campanhas;
- Produção Técnica: Produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários para todos os meios, incluindo mídia eletrônica (rádio e TV), digital (internet e redes sociais) e mídia exterior;



- Comunicação Digital e Inovação: Criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com as novas tecnologias, para expandir o alcance e o efeito das mensagens;
- Desenvolvimento de Campanhas: Concepção e execução de campanhas de caráter educativo, informativo, de orientação social, institucional e de fomento ao desenvolvimento socioeconômico do município;
- Identidade Visual: Criação e desenvolvimento de marcas, logotipos, assinaturas visuais e projetos de identidade visual para a Prefeitura, suas secretarias, programas e projetos especiais;
- Eventos Institucionais: Planejamento, produção e organização de eventos de caráter exclusivamente institucional e de comunicação pública, excluindo-se eventos festivos de qualquer natureza, que deverão ter licitação própria;
- Marketing e Endomarketing: Assessoramento e execução de ações de promoção institucional, marketing de relacionamento e endomarketing (comunicação interna).

É expressamente vedada a inclusão, no objeto contratual, de matérias estranhas ou sem pertinência temática com a ação publicitária. Especificamente, estão excluídas as atividades de assessoria de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza (shows, festas populares), que deverão ter processos licitatórios próprios.

3.2. Estrutura Mínima Operacional Exigida

Para garantir a qualidade e a capacidade de resposta técnica esperada, a Agência contratada deverá manter uma estrutura mínima de atendimento com os seguintes profissionais:

- Um (1) profissional na área de planejamento e pesquisa;
- Um (1) profissionais na área de criação e produção;
- Um (1) profissional na área de mídia.

A manutenção desta estrutura de três profissionais é indispensável para assegurar que a agência possua a complexidade e a profundidade de conhecimento necessárias para executar o escopo abrangente da contratação.

3.3. Cláusula de Atendimento Presencial e Operacionalização

Para garantir a eficiência na execução do objeto e a agilidade nas demandas das Secretarias Municipais, a Contratada deverá observar os seguintes requisitos:

- Estrutura Local: A Agência deverá manter, obrigatoriamente, Sede ou Filial dentro da territorialidade do município de Taquaritinga, devidamente regularizada, visando assegurar a agilidade no suporte presencial e a integração direta com a rotina da Administração Pública Municipal;



- **Atendimento Presencial:** A agência deverá disponibilizar um profissional (Atendimento/Executivo de Conta) para reuniões presenciais periódicas na sede da Prefeitura ou secretarias, com frequência mínima de 01 (uma) vez por semana, sem ônus adicional de deslocamento para a Administração;
- **Imersão Local:** Visando a fidedignidade na criação de materiais sobre a "Capital do Café", o clima de serra e o patrimônio histórico, a agência deverá comprovar a capacidade de realizar coberturas in loco;
- **Canais de Comunicação:** Manter canais diretos e imediatos (telefone e e-mail) para suporte ao Gestor e Fiscal do Contrato durante o horário de expediente administrativo;
- **Conhecimento Regional:** Demonstrar conhecimento das nuances específicas da sazonalidade turística de Taquaritinga e dos desafios de comunicação do café.

3.4. Subcontratação de Serviços

A Agência contratada poderá subcontratar serviços especializados e complementares, tais como produção de vídeos, serviços gráficos, fotografia, pesquisa de campo, entre outros, necessários à execução do objeto. Fica expressamente vedada a subcontratação das atividades-fim da agência, notadamente o planejamento estratégico, a criação e a concepção das campanhas.

4.0. DA FUNDAMENTAÇÃO E JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO

4.1. A necessidade da presente contratação, sob a perspectiva do interesse público, baseia-se no direito da população em conhecer/fiscalizar e no dever do administrador em divulgar/transparecer os atos praticados pela Administração. Cabe à Administração Pública desenvolver atividades orientadas a incentivar condutas positivas, generosas e que permitam a realização dos valores de interesse coletivo.

4.2. Assim, o serviço de publicidade visa promover boas condutas, despertar novos interesses, estimular ações educativas, difundir ideias e valores tidos como socialmente desejáveis. Os interesses envolvidos na publicidade institucional, diferentemente do setor privado que pode se utilizar da publicidade para acumulação de capital, relacionam-se à promoção da dignidade humana e à satisfação das necessidades coletivas.

4.3. A comunicação governamental se baseia no princípio constitucional da Publicidade, disposto no Art. 37, da Constituição Federal. O princípio da Publicidade do ato administrativo exige o desenvolvimento de serviços publicitários, como são os casos de divulgação de programas e iniciativas do governo que asseguram a informação da população quanto à atuação do interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e de controle social, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades do Governo Executivo Municipal.

4.4. E para desempenhar esse papel de forma adequada e eficaz, observada a legislação em vigor, em especial a Lei nº 12.232/2010, a Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte necessita aliar as competências de sua equipe interna à expertise de agência de publicidade e propaganda contratada por meio de processo licitatório, a qual deve dispor dos conhecimentos técnicos, profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias às necessidades de comunicação apresentadas, com vistas a contribuir para o atingimento dos

objetivos do Município, e aplicabilidade dos recursos públicos envolvidos no desenvolvimento das ações publicitárias.

4.5. A Lei Federal nº 12.232/2010 trata de forma bastante singular à licitação e aos contratos administrativos de publicidade governamental. As especificidades do setor, não abarcadas pela Lei de Licitações, foram, em sua grande maioria, contempladas no diploma legal e apresentou-se como importante marco de inovação, pois até hoje é o único instrumento normativo criado especificamente para tratar de procedimento licitatório e contratação de um serviço determinado: a publicidade. Não há lei específica para tratar de outros serviços ou produtos determinados, somente o serviço publicitário recebeu do legislador atenção especial no que se refere à contratação pela Administração Pública.

4.6. A finalidade da presente contratação é assessorar as áreas de comunicação social, promover a divulgação das ações do Poder Público Executivo Municipal, disseminar informações de interesse público, coordenar e acompanhar a criação e veiculação da publicidade institucional relativa à planos, programas, projetos e ações, estabelecendo políticas e diretrizes.

4.7. A comunicação institucional da Prefeitura deverá estar em consonância com as Políticas de Governo, priorizando a publicidade de utilidade pública e institucional. O uso de orçamento específico alocado para essa finalidade será feito de maneira eficiente e racional, observando os princípios de economicidade e eficiência na aplicação dos recursos.

4.8. A contratação de serviços de publicidade e propaganda para a Prefeitura Municipal é uma ação estratégica essencial para a comunicação eficiente das atividades e serviços prestados. Com uma visão integrada, e a garantia de uma comunicação transparente e eficiente que contribui para o fortalecimento da cidadania, o controle social e a promoção da transparência pública, resultando em ganhos significativos tanto para a administração pública quanto para os cidadãos.

5.0. DO ESTUDO DE QUANTIDADE

5.1. A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados ao longo da execução contratual. Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são executados mecanicamente ou segundo técnicas e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, e para os quais a modalidade pregão seria apropriada, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual. Isso se deve ao fato de que sua contratação envolve, essencialmente, a expertise das agências de publicidade e propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingir os objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

5.2. Além disso, o Art. 5º, da Lei nº 12.232/2010, define a modalidade de licitação para a contratação de serviços de publicidade e estabelece os tipos de licitação “melhor técnica” ou “técnica e preço” a serem adotados, não deixando margem de discricionariedade para o órgão licitante.

5.3. Conforme o Art. 6º, da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para serviços de publicidade deve observar as exigências da Lei nº 14.133/2021. No entanto, a própria lei estabelece que não se aplica a exigência de orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários.

5.4. Portanto, a estimativa de quantidades não se aplica aos serviços de publicidade. De todo modo, a análise referente ao saldo financeiro relacionado a esta contratação será abordada no tópico a seguir.



6.0. DO DEMONSTRATIVO DE ESTIMATIVA DO VOLUME A SER CONTRATADO (TETO FINANCEIRO)

6.1. Como já abordado, as contratações de serviços de publicidade não envolvem quantitativos prévios de produtos ou serviços, por isso não há a discriminação de preços unitários referenciais, tampouco memória de cálculo para tanto. Porém, partindo da premissa que o elemento “orçamento” é insumo essencial a toda e qualquer contratação, tem-se que o valor estimado da licitação (saldo financeiro) corresponde a estimativa do orçamento que o órgão destinará para a contratação.

6.2. Frisa-se que não há garantia de faturamento mínimo por parte das agências contratadas, tendo em vista que as campanhas publicitárias são executadas mediante demanda, por isso o valor da contratação (que, para estes casos, é igual ao orçamento estimado) não corresponde igualmente ao faturamento da agência e à execução contratual.

6.3. Dessa forma, a estimativa do montante envolvido nesta contratação é uma tarefa complexa. Para determinar esse valor, utilizaremos uma análise fundamentada no planejamento estratégico, tomando como referência o histórico de gastos com publicidade e propaganda do município nos últimos 12 (doze) anos. Isso significa um valor limite de R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais).

6.4. Este valor consolida as necessidades da Administração Direta e Indireta, garantindo maior eficiência no uso dos recursos, ao mesmo tempo em que se promove uma comunicação estratégica, capaz de ampliar o alcance das ações e fortalecer a relação entre o poder público e a população.

7.0. DAS NORMAS DE EXECUÇÃO E DAS OBRIGAÇÕES

7.1. Constituem obrigações da CONTRATADA:

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

7.1.2. Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a intermediação na contratação de fornecedores nos termos do edital, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

7.1.3. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

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

7.1.5. O disposto no subitem anterior não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA, nos termos do Art. 18, da Lei nº 12.232/2010.

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



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

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

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

7.1.10. Observar a seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços à CONTRATANTE:

7.1.10.1. Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

7.1.10.2. Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

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

7.1.10.4. Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade, CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com os serviços a ser fornecido.

7.1.10.5. A CONTRATADA após recebimento de cada processo de pagamento pela CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de até 15 (quinze) dias úteis, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato.

7.1.11. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato.

7.1.12. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

7.1.13. No caso do subitem anterior, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em Invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e



realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato

7.1.14. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do gestor deste contrato.

7.1.15. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços, acerca das condições para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexo.

7.1.16. As disposições do subitem 7.1.11 não se aplicam a compra de mídia.

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

7.1.18. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

7.1.18.1. Um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

7.1.18.2. dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

7.1.19. Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito para autorizar despesas com bens e serviços prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

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

7.1.21. Apresentar à CONTRATANTE para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível; obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no Art. 15, da Lei nº 12.232/2010.

7.1.22. Apresentar à CONTRATANTE como alternativa ao subitem 7.1.9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no Art. 15, da Lei nº 12.232/2010.

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

7.1.24. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

7.1.25. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

- a) TV e Cinema: cópias em arquivos digitais
- b) Internet: cópias em arquivos digitais;
- c) Rádio: cópias em arquivos digitais;
- d) Mídia impressas e material publicitário: cópias digitais.

7.1.26. Manter, durante o período de 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem anterior.

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

7.1.28. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 7.1.26.

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

7.1.30. Registrar em relatório de atendimento todas as reuniões de serviços entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e para que ambos tomem as providências necessárias do desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

7.1.31. Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato

7.1.32. e 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 do respectivo relatório.

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

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



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

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

7.1.37. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o Art. 4º, e seu parágrafo primeiro da Lei nº 12.232/2010.

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

7.1.39. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

7.1.40. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, de 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.

7.1.41. 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.

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

7.1.43. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

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

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

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

7.1.47. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de



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

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

7.1.49. Responder por qualquer 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.

7.1.50. Será permitida a subcontratação dos serviços, com exceção daqueles que devem ser prestados necessariamente pela agência de propaganda.

7.2. Constituem obrigações da CONTRATANTE:

7.2.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA.

7.2.2. Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais, determinados pela urgência, que deverão ser confirmados por escrito no prazo de 24h (vinte e quatro horas) úteis.

7.2.3. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

7.2.4. Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores de bens e serviços pela CONTRATADA.

7.2.5. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

7.2.6. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato.

7.2.7. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

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

8.0. DOS PRAZOS DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

8.1. Os recebimentos provisório e definitivo ficarão a cargo da Prefeitura, em conformidade com o disposto no Art. 140, da Lei Federal nº 14.133/2021.

8.2. O objeto do presente contrato será recebido provisoriamente, de forma sumária, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, com verificação posterior da conformidade do serviço/material com as exigências, e definitivamente por servidor ou comissão designada por autoridade competente.

8.3. Os serviços deverão ser executados dentro do prazo pactuado entre a contratada e contratante, mediante emissão da Autorização de Fornecimento.

9.0. DA PARTICIPAÇÃO DE EMPRESAS REUNIDAS EM CONSÓRCIO

9.1. Para a presente licitação, não será permitida a participação de empresas reunidas em consórcio. Esta decisão se alinha com a finalidade da licitação, que é garantir a melhor relação custo-benefício para atender às necessidades da Administração.

9.2. Embora os consórcios geralmente ampliem a competitividade ao permitir que empresas somem suas capacidades técnica, econômico-financeira e know-how para participar de licitações nas quais não teriam condições individualmente, a situação é diferente neste caso.

9.3. A prestação de serviços de publicidade é amplamente dominada por diversas empresas especializadas que possuem a capacidade de atender às necessidades do município, no qual existe uma gama significativa de empresas com expertise adequada para cumprir as expectativas dos serviços a serem contratados. Portanto, a participação de consórcios, neste contexto, não contribui para aumentar a competição, mas pode, na verdade, reduzi-la. Isso ocorre porque as empresas consorciadas não poderiam competir individualmente e simultaneamente, limitando a competição.

9.4. Além disso, a formação de consórcios pode impactar negativamente a estratégia de publicidade da Prefeitura devido às possíveis divergências entre as empresas participantes na execução de um mesmo serviço.

10.0. DA FORMAÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

10.1. A Subcomissão Técnica será constituída por no mínimo 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, nos termos do Art. 10, §1º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

10.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, conforme determina a Lei Federal nº 12.232/2010.

10.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 6 (seis) integrantes com vínculo com a Prefeitura e 03 (três) integrantes sem vínculo.

10.4. A relação dos nomes será publicada pela Comissão de Contratação, na Imprensa Oficial e no Órgão Oficial da Prefeitura, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

10.5. O sorteio será processado pela Comissão de Contratação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura, devendo cada grupo de nomes a ser sorteado, ser colocado separadamente em cada urna distinta.

10.6. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação referida acima, mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão.

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

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

10.9. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido na Lei nº 12.232/10.

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

10.11. 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 Art. 10, da Lei nº 12.232/2010 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

10.12. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão pública de recebimento e abertura dos Invólucros.

10.13. Caberá à Subcomissão Técnica:

10.13.1. Analisar individualmente e julgar o Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação em conformidade com os termos deste Edital;

10.13.2. Analisar individualmente e julgar o Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação em conformidade com os termos deste Edital;

10.13.3. Produzir e encaminhar à Comissão de Contratação todos os documentos necessários ao atendimento dos termos deste Edital, relativos ao julgamento da qualificação técnica das licitantes, neles compreendidas as planilhas com as pontuações dos quesitos e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram, em cada caso, bem como elaborar ata da sessão de julgamento;

10.13.4. Manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitada pela Comissão de Contratação;

10.13.5. A Subcomissão Técnica não lançará nenhum código, sinal ou marca nos documentos que compõem a via não identificada do plano de Comunicação.

11.0. DOS REQUISITOS DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

11.1. licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com as especificações a seguir:

	QUESITOS
Plano de Comunicação Publicitária	1. Raciocínio Básico



	2. Estratégia de Comunicação Publicitária
	3. Ideia Criativa
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia
Conjunto de Informações	
1. Capacidade de Atendimento	
2. Repertório	
3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

11.3. A Proposta Técnica deverá ser entregue acondicionada nos invólucros de nº 1, nº 2 e nº 3, em estrita observância das condições indicadas no Briefing.

12.0. DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

12.1. Os textos do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverão ser apresentados de acordo com a seguinte formatação:

- a) Em papel A4 - 75 g/m2 a 90 g/m2, branco;
- b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel branco, formato A4 e com 75 g/m2 a 90 g/m2;
- c) Espaçamento de 3 (três) cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos, títulos, subtítulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- e) Alinhamento justificado do texto;
- f) Com texto e numeração de páginas em fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”;
- g) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, cor “automático”, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito;
- h) Negritos, sublinhados, itálicos e caixa alta poderão ser utilizados para destaques no texto.

12.2. Os quesitos “Raciocínio Básico”, “Estratégia de Comunicação Publicitária” e “Estratégia de Mídia e Não Mídia” poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos e/ou tabelas podem ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e/ou tabelas podem ser editados na fonte, estilo, cor e tamanho à escolha da licitante.



12.3. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa e de sua relação de peças, estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos quesitos.

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

12.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing, parte integrante do Termo de Referência, observadas as seguintes disposições:

12.5.1. **Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Executivo Municipal para enfrentar os desafios ou os problemas, geral e ou específico, de comunicação;

12.5.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados.

12.5.3. **Ideia Criativa:** apresentação pela licitante de defesa da campanha publicitária, através de textos e peças, observadas as seguintes disposições:

a) Apresentar relação de todas as peças que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça.

b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 06 (seis) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária;

c) As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas soltas, separadamente do caderno único mencionado anteriormente, em papel 180 gramas com 420x297mm (formato A3) e as peças eletrônicas em Pen-drive, CD ou DVD, que também deverão ser anexados no papel A3, através de suporte ou dentro de invólucro branco próprio para Pen-drive, CD ou DVD colados no A3 aqui especificado.

c1) Cada peça da campanha deverá trazer especificação sucinta destinada a facilitar a identificação e análise pelos integrantes da Subcomissão Técnica (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, outdoor etc.);

c2) As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura e não ultrapassem o formato 420x297mm (formato A3);



c3) As peças eletrônicas poderão ser apresentadas em mídia digital e/ou em impresso, podendo também serem apresentadas em ambas as formas conjuntamente, sendo consideradas neste caso, uma única peça.

d) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea "b" acima, devem ser observadas as seguintes regras:

d1) As reduções e variações de formato serão consideradas como uma peça;

d2) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

d3) Anúncio composto de páginas sequenciais para qualquer meio será considerado uma peça;

d4) Adesivagem de fingers e similares será considerada uma peça;

d5) Um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça;

d5.1) Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a alínea acima, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

e) Um banner e outra peça para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

f) Um aplicativo com todas as suas telas será considerado uma única peça, **desde que apresentadas na mesma folha e desde que não prejudique a leitura**;

g) Para fins desta Concorrência são considerados meios de comunicação: TV (aberta e por assinatura); Rádio (AM/ FM); Revista; Jornal; Cinema; Internet (Site; Redes Sociais, mobile e desktop); Mídia Exterior (Outdoor; Backbus; Mobiliário urbano; Painéis e afins, carro de som); Material impresso (folheto; revista; cartilha; apostila; folder; flyer; jornal; livreto; banner; faixa); Material promocional (material de ponto de venda; sampling; cartaz; blimp; wobler; totem; display, etc.).

12.5.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: Defesa constituída de no máximo 5 (cinco) laudas, no qual a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função do tempo e da verba referencial indicados no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

12.5.4.1. Simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças destinadas à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, listas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de até R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais).

12.5.4.2. Dessa simulação deverá constar um quadro resumo geral com informações sobre, pelo menos:

12.5.4.2.1. O período de distribuição das peças;



12.5.4.2.2. As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

12.5.4.2.3. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

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

12.5.4.2.5. As quantidades a serem produzidas de cada peça;

12.5.4.2.6. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça de não mídia;

12.5.4.2.7. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça de não mídia.

12.5.4.3. Nessa simulação:

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

12.5.4.3.2. Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Art. 11, da Lei 4.680/65 e Normas Padrão do CENP;

12.5.4.3.3. Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores;

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

12.5.4.4. Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

12.5.4.5. As listas, gráficos, planilhas, e o quadro resumo da Estratégia de Mídia e não Mídia, não tem limitação quanto ao número de páginas.

13.0. DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

13.1. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, **sem os exemplos de peças da Ideia Criativa**, deverá constituir-se em cópia fiel da via não identificada, em papel A4, com as seguintes especificidades:

a) Ter a identificação do licitante e ser apresentado em papel timbrado;



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.

14.0. DO CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

14.1. Capacidade de Atendimento

14.1.1. O licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.1.2. A **Capacidade de Atendimento** do licitante deverá ser constituída **por caderno específico**, com capa, contracapa e conteúdo com impressão em papel livre de tipo e gramatura, no tamanho (A4) 21,0cm x 29,7cm ou (A3) 29,7cm x 42,0cm, encadernadas a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, composto por textos, listas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

a) A relação da equipe técnica que será colocada à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

a1) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

a2) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto desta contratação, admitida sua substituição, quando da efetiva contratação, por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia do Setor de Comunicação da Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte - PE.

b) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

c) A sistemática de atendimento e 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.

14.1.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento. As páginas deverão ser rubricadas, e, assinada na última por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.2. Repertório

14.2.1. O licitante deverá apresentar o Repertório com a ficha técnica e as peças por caderno específico, com capa, contracapa e conteúdo com impressão em papel livre de tipo e

gramatura, no tamanho (A4) 21,0cm x 29,7cm ou (A3) 29,7cm x 42,0cm, encadernadas a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, em folhas rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação do Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.2.2. No Repertório deverão ser apresentadas até 10 (dez) peças e as respectivas fichas técnicas de cada uma delas, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

- a) As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2026, conforme Art. 6º, inc. X da Lei 12.232/10;
- b) As peças eletrônicas deverão ser apresentadas em Pen-drive, CD ou DVD, executáveis no sistema operacional Windows, anexados no papel A3, através de suporte ou dentro de envelope próprio, ou outro meio de fixação;
- c) Para cada peça prevista acima, deverá ser apresentada correspondente ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e os resultados alcançados, bem como a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, e exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos, um veículo que divulgou cada peça;
- e) As peças finalizadas deverão estar anexadas ao caderno.

14.2.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação das fichas técnicas do Repertório.

14.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

14.2.4.1. O licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes, por caderno específico com capa, contracapa e conteúdo com impressão em papel livre de tipo e gramatura, no tamanho (A4) 21,0cm x 29,7cm ou (A3) 29,7cm x 42,0cm, encadernadas a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, em folhas rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

- a) As campanhas devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2016, conforme Art. 6º, inc. X da Lei 12.232/10.
- b) Os relatos deverão estar formalmente referendados com a assinatura dos respectivos clientes através da via original ou cópia autenticada em cartório, ou assinatura eletrônica digital.
- c) Em cada Relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função, e por último as respectivas fichas técnicas das peças daquele Relato.

14.2.4.2. Para cada Relato, **é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças**, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, sendo que:

- a) As peças eletrônicas deverão ser apresentadas em Pen-drive, CD ou DVD, executáveis no sistema operacional Windows, anexadas no caderno.
- b) As peças gráficas finalizadas deverão estar anexadas ao caderno ou ser apresentadas impressas desde que preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais.
- c) Para cada peça constante do Relato, deverá ser apresentada uma ficha técnica. As fichas técnicas deverão conter a razão social do cliente, o tipo e o título da peça, indicação de um veículo onde foi inserida, o mês e ano de sua veiculação e serem anexadas ao caderno contendo os respectivos Relatos, não sendo estas computadas para efeito do limite de laudas exigidas.

15.0. DOS REQUISITOS DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

15.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo do Anexo III, informando o percentual referente ao desconto a ser concedido sobre os custos internos presentes na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, e aqueles percentuais incidentes sobre o valor:

- a) Da produção e à execução técnica de peça e ou material;
- b) Do 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 ou a serem realizadas;
- c) Da criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- d) Da contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no Art. 11, da Lei 4.680/65.

15.2. Os licitantes deverão observar ainda que não será aceito:

- I - Desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco;
- II - Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços de terceiros (subitem 3.6.1 das Normas Padrão do CENP);
- III - Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) sobre o valor respectivo, quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento (subitem 3.6.2 das Normas Padrão do CENP);
- IV - Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;
- V - Os percentuais de honorários, assim como os de descontos propostos será de exclusiva responsabilidade do licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

VI - Os percentuais de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação e exercidos pela Agência contratada, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.).

15.3. As condições acima levam em conta os preços de mercado e os moldes estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, incorporadas ao sistema legal por força do disposto no Decreto nº 4.563/2002, do disposto no inciso V do Art. 6º da Lei nº 12.232/2010 e ainda o inciso III do Art. 59 da Lei 14.133/2021, os quais dispõem que a apresentação da Proposta de Preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado, evitando-se a inexecuibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado.

15.4. A Proposta de Preço deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos.

15.5. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço dos licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

15.6. A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação.

15.7. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de no **mínimo 90 (noventa) dias contados a partir de sua apresentação.**

16.0. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

16.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas dos licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Termo de Referência, Edital e em seus anexos.

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

16.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

16.2.2. Raciocínio Básico – 20 pontos

- a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte com seus públicos; (máximo de 5 pontos)
- c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)
- d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos)

16.2.3. Estratégia de Comunicação Publicitária – 20 pontos

- a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)

b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos)

c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)

16.2.4. Ideia Criativa – 25 pontos

a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)

b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)

c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 10 pontos)

d) compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos. (máximo de 5 pontos)

16.2.5. Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 pontos

a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)

b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)

c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)

16.2.6. Conjunto de Informações

16.2.6.1. Capacidade de Atendimento – 10 pontos

a) Relação da equipe técnica (com currículo resumido de cada profissional) que estará à disposição da Prefeitura; (máximo de 4 pontos)

b) As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida; (máximo de 3 pontos)

c) A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Prefeitura. (máximo de 3 pontos).

16.2.6.2. Repertório – 5 pontos

a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (máximo de 3 pontos)

b) Qualidade da execução e do acabamento da peça; (máximo de 1 ponto)

c) Clareza da exposição das informações prestadas. (máximo de 1 ponto)

16.2.6.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 pontos

- a) Evidência de planejamento publicitário; (máximo de 5 pontos)
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. (máximo de 5 pontos)

16.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir, e pontuação de quesitos e seus atributos conforme listado acima.

16.4. Aos quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

Quesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária / quesitos		75
Raciocínio Básico	20	
Estratégia de Comunicação Publicitária	20	
Ideia Criativa	25	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	
Conjunto de Informações		25
Capacidade de Atendimento	10	
Repertório	5	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	
Pontuação Máxima Total		100

16.5. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e seus atributos, de acordo com as pontuações máximas, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

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

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

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

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

16.10. Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender as exigências aqui presente e no Edital e de seus Anexos;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua proposta técnica;
- c) Tentar influenciar a Comissão Especial de Contratação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas;
- d) Não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica aquelas que não obtiveram no mínimo 70% (setenta por cento) dos pontos da Proposta Técnica (invólucros 1 e 3), ou seja, menos de 49 (quarenta e nove) pontos no Plano de Comunicação – Via Não Identificada e menos de 21 (vinte e um) pontos no Conjunto de Informações.

16.10.1. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuações a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos.

16.10.2. A fim de subsidiar a correspondência entre os atributos acima elencados aos quesitos/atributos e as notas a eles concedidas, poderá ser aplicada pelos Membros da Subcomissão Técnica, de forma alternativa e/ou complementar na análise técnica dos quesitos, as vinculações motivadoras abaixo:

I - Parcialmente atendido (de 0 a 40% da nota máxima)

Quando o proposto contempla parcialmente os aspectos do quesito/atributo em julgamento, conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, e/ou com desvios significativos do que foi solicitado.

II - Medianamente atendido (mais de 40 até 70% da nota máxima)

Quando o proposto contempla satisfatoriamente os aspectos do quesito/atributo em julgamento, conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, mas, com pequenos desvios do que foi solicitado.

III - Plenamente atendido (mais de 70 até 100% da nota máxima)

Quando o proposto contempla integralmente os aspectos do quesito/atributo em julgamento, conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, e/ou possui apenas irrelevantes detalhes e desvios do que foi solicitado.

17.0. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

17.1. As Propostas de Preços deverão ser apresentadas com base no modelo que será disposto no edital e deverá ter um prazo de validade mínimo de 90 (noventa) dias corridos, contados a partir de sua apresentação.

17.2. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade do licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

17.3. As Propostas de Preços dos licitantes classificados no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Termo de Referência, Edital e em seus anexos.

17.4. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta, que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços, ou incidir em desobediência às regras do Edital.

17.5. O licitante deverá apresentar uma única Proposta de Preços da qual constarão os seguintes itens:

17.5.1. Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agência de Propaganda do Estado de Pernambuco – SINAPRO/PE em vigor na data de publicação do Edital, a ser concedido pela agência a Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte;

17.5.2. Percentual de honorários sobre serviços externos de produção e à execução técnica de peça e ou material intermediados e supervisionados pela agência; e, sobre a 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 ou a serem realizadas;

17.5.3. Percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo pago pela Prefeitura;

17.5.4. A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, que irá praticar os abaixo definidos percentuais máximos a serem pagos pela prefeitura;

17.5.5. 70% (setenta por cento) a atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado;

17.5.6. 70% (setenta por cento) sobre o valor original da cessão dos direitos, aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças na reutilização das peças por direito igual ao inicialmente pactuado.

17.6. A proposta de política de preços deverá levar em consideração que a Prefeitura efetuará o pagamento nos prazos cabíveis e adequados no mercado, a contar do recebimento da nota fiscal.

17.7. Os preços ofertados pelo licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão dos serviços por ela prestados, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

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

17.8.1. Percentual de desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, fixados no limite estabelecido nos quesitos:



PERCENTUAL DE DESCONTO SOBRE A LISTA DE CUSTOS INTERNOS	PONTOS
de 50% ou acima	60 pontos
de 45% a 49,99%	30 pontos
de 40% a 44,99%	20 pontos
de 30% a 39,99%	10 pontos

17.8.2. Percentual de honorários incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias:

PERCENTUAL DE HONORÁRIOS	PONTOS
até 10%	20 pontos
11%	18 pontos
12%	15 pontos
13%	12 pontos
14%	10 pontos
15%	05 pontos

17.8.3. Percentual de honorários, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

PERCENTUAL DE HONORÁRIOS	PONTOS
até 5%	20 pontos
6%	18 pontos
7%	16 pontos
8%	14 pontos
9%	12 pontos
10%	10 pontos

17.8.4. Será considerada a melhor Proposta de Preço, aquela que atingir a maior pontuação através da fórmula:

NFPP = Nota Final da Proposta de Preços;



D1 = Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco;

D2 = Pontuação aplicada ao Percentual de honorários incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

D3 = Pontuação aplicada ao Percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

17.8.5. A Nota Final da Proposta de Preços será encontrada aplicando-se a fórmula:

$$\text{NFPP} = \text{D1} + \text{D2} + \text{D3}$$

18.0. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

18.1. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo:

$$\text{NPF} = (\text{NPT} \times 0,70) + (\text{NFPP} \times 0,30)$$

Onde:

NPF = Nota Ponderada Final;

NPT = Nota Proposta Técnica;

NFPP = Nota Final da Proposta de Preço.

18.2. Para efeito de desempate entre as licitantes que obtiverem a mesma Nota Média Ponderada Final, será considerada a maior nota obtida nos seguintes quesitos, pela ordem:

- a) Raciocínio Básico;
- b) Ideia Criativa.

18.3. Persistindo o empate na classificação final, após verificadas as normas de desempate estabelecidas acima, serão aplicados os critérios de desempate previstos no Art. 60, da Lei Federal nº 14.133/2021.

18.4. A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo do certame.

18.5. Será considerada vencedora, a licitante mais bem classificada no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços.



18.6. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para microempresas e empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate aquelas situações em que o resultado, constituindo pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam iguais à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada e desde que **não seja uma microempresa ou empresa de pequeno porte.**

19.0. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

19.1. As despesas afetadas à execução deste objeto correrão à conta das seguintes dotações orçamentárias:

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.01 – GABINETE DO PREFEITO

0412200202.007 – *Manutenção do Gabinete do Prefeito*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 25*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

0412200202.008 – *Divulgação Oficial, Marketing e Publicidade*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 29*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.04 – SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO

0412200212.017 – *Manutenção da Secretaria de Administração*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 70*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.06 – SECRETARIA DE EDUCAÇÃO, CULTURA E ESPORTES

1212201882.024 – *Manutenção das Atividades da Secretaria de Educação*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 114*

500.1001 – *Recursos não vinculados de Impostos – Educação*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.07 – SECRETARIA DE SAÚDE

1012200212.050 – *Manutenção da Secretaria de Saúde*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 274*

500.1002 – *Recursos não vinculados de Impostos – Saúde*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.08 – SECRETARIA DE OBRAS E URBANISMO

1545103232.054 – *Manutenção da Secretaria de Obras e Urbanismo*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 320*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.10 – SECRETARIA DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E MEIO AMBIENTE

2012200212.067 – *Manutenção da Secretaria de Agricultura, Pecuária e Meio Ambiente*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 454*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*



PREFEITURA
**TAQUARITINGA
DO NORTE**

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.11 – SECRETARIA DE TURISMO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

2369503632.071 – *Manutenção da Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 478*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.12 – SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO GOVERNAMENTAL

0412100202.073 – *Manutenção da Secretaria de Articulação Governamental*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 496*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.13 – SECRETARIA DE DEFESA SOCIAL

0618201742.076 – *Manutenção da Secretaria de Defesa Social*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 513*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.16 – SECRETARIA DE GESTÃO PÚBLICA

0412200202.088 – *Manutenção da Secretaria de Gestão Pública*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 601*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.20 – FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL

0812200202.121 – *Gestão Administrativa do Fundo de Assistência Social*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 929*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

MARIA EDUARDA GONÇALVES DA CUNHA

Oficial de Gabinete

TAQUARITINGA DO NORTE

27-08-1801

10-05-1887



APENDICE A – BRIEFING

Título da Campanha Simulada: “Taquaritinga do Norte: Sinta o Clima, Prove a Tradição”

1. CONTEXTO

Taquaritinga do Norte é um município singular no Agreste de Pernambuco, detentor de uma identidade multifacetada que constitui seu principal ativo:

- Capital do Café: Reconhecida oficialmente pela ALEPE, epicentro da cafeicultura estadual com produção focada na espécie arábica típica, patrimônio genético de alto valor;
- Clima de Serra: Temperaturas médias entre 18°C e 20°C, podendo chegar a 12°C no inverno com neblina característica;
- Riqueza Histórica: Centro histórico preservado, Matriz bicentenária de Santo Amaro, histórias do cangaço;
- Potencial Ecoturístico: Mirantes panorâmicos, sítios arqueológicos, Rampa do Pepê para voo livre.

2. PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

Ausência de um posicionamento de marca unificado que integre os múltiplos diferenciais (café, clima, cultura, natureza) em uma proposta de valor única e irresistível, impedindo que o município atinja seu pleno potencial como destino turístico competitivo.

3. OBJETIVOS DA CAMPANHA

Objetivo Geral:

Desenvolver estratégia de comunicação integrada para posicionar Taquaritinga do Norte como destino turístico de referência em Pernambuco.

Objetivos Específicos:

- Aumentar o conhecimento e consideração como destino turístico;
- Fortalecer a marca "Capital do Café" com experiências autênticas;
- Combater a sazonalidade promovendo o turismo de inverno;
- Estimular a economia local gerando aumento de fluxo de visitantes.

4. PÚBLICO-ALVO

Público Primário:

Residentes da Região Metropolitana do Recife e centros urbanos do Agreste (Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe), com perfil de renda A/B, segmentados por interesses: casais, famílias e grupos de amigos.

Público Secundário:

- Amantes e especialistas em cafés especiais;



- Historiadores e entusiastas da cultura regional;
- Organizadores de eventos corporativos diferenciados.

5. RECURSOS E DURAÇÃO

Para a elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, as licitantes deverão desenvolver uma campanha simulada com duração de 30 (trinta) dias e verba fictícia de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), abrangendo todos os custos de produção, veiculação e ações postas.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A agência contratada deverá apresentar uma proposta inovadora, sensível e alinhada às necessidades do município. A comunicação deve gerar mobilização, inspirar atitudes positivas e despertar o senso de coletividade.





ANEXO III – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

Processo Licitatório nº 00004/2026 | Concorrência nº 00001/2026

Objeto: Contratação de serviços de publicidade, propaganda e marketing prestados por intermédio da Agência de Propaganda compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, bem como ações de caráter informativo, educativo e de orientação social voltadas à comunidade local e regional do município de Taquaritinga do Norte - PE.

Razão Social do Licitante:
CNPJ:
Endereço:
E-mail:
Telefone:
Representante Legal (nome, RG, CPF e qualificação):
Responsável pela assinatura do contrato (nome, RG, CPF e qualificação):

Critérios	Percentual
<u>Percentual de Desconto</u> a ser concedido a Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte para ressarcimento dos custos internos, dos serviços executados pela CONTRATADA, baseados na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, vigente à época da prestação dos serviços.	_____ % (por extenso)
<u>Percentual de honorários</u> incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.	_____ % (por extenso)



PREFEITURA
**TAQUARITINGA
DO NORTE**

Ficam definidos, sem estarem sujeitos à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura, aos direitos autorais de terceiros:

- a) 70 % (setenta por cento) a atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado;
- b) 70 % (setenta por cento) sobre o valor original da cessão desses direitos, aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças na reutilização das peças por direito igual ao inicialmente pactuado.
- c) 20% (vinte por cento) de remuneração incidente sobre o valor da contratação da mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto padrão

Validade da proposta: 90 (noventa) dias contados a partir de sua apresentação.

Local e data.

(assinatura do representante legal)

Atenção: Proposta a ser emitida em papel timbrado, de forma que identifique a proponente e contenha todos os dados citados.

TAQUARITINGA DO NORTE

27-08-1801

10-05-1887



PREFEITURA
**TAQUARITINGA
DO NORTE**

ANEXO IV – MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO
Processo Licitatório nº 00004/2026 | Concorrência nº 00001/2026

Pelo presente instrumento, credenciamos o(a) Sr.(a) _____, portador(a) do Documento de Identidade n.º _____, inscrito no CPF sob o nº _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, para participar da licitação acima referenciada, instaurada pela Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte, na qualidade de representante legal, outorgando-lhe plenos poderes para pronunciar-se em seu nome, bem como formular proposta de preços, assinar documentos, requerer vista de documentos e propostas, interpor recurso e praticar todos os atos inerentes ao certame, a que tudo daremos por firme e valioso.

Local e data.

Assinatura:

Nome legível:

Qualificação:





PREFEITURA
**TAQUARITINGA
DO NORTE**

ANEXO V – MODELO DE DECLARAÇÃO DE FATOS IMPEDITIVOS

Processo Licitatório nº 00004/2026 | Concorrência nº 00001/2026

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, sediada (endereço completo) declara, sob as penas da Lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua contratação no presente processo licitatório, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Local e data.

(nome e identificação do declarante)





PREFEITURA
**TAQUARITINGA
DO NORTE**

ANEXO VI – MODELO DE DECLARAÇÃO DE EMPREGADOR PESSOA JURÍDICA

Processo Licitatório nº 00004/2026 | Concorrência nº 00001/2026

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a), portador do Documento de Identidade nº _____, e inscrito no CPF sob o nº _____, DECLARA, sob as penas da lei, em cumprimento ao disposto no inciso XXXIII, do Art. 7º, da Constituição da República, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

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

Obs.: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima.

Local e data.

(nome e identificação do declarante)

TAQUARITINGA DO NORTE

27-08-1801

10-05-1887



PREFEITURA
**TAQUARITINGA
DO NORTE**

ANEXO VII – MODELO DE DECLARAÇÃO DE PLENO CONHECIMENTO DO EDITAL

Processo Licitatório nº 00004/2026 | Concorrência nº 00001/2026

A empresa _____, devidamente inscrita no CNPJ sob o nº _____, sediada (endereço completo), por intermédio do seu representante legal, infra-assinado, e para fins de cumprimento do exigido neste processo licitatório, DECLARA, sob as penas da Lei, que possui pleno conhecimento do objeto da Concorrência nº 00001/2026, e concorda com todas as exigências contidas no edital e anexos, declarando, por fim, que aceita e submete-se a todas as condições estabelecidas.

Local e data.

(nome e identificação do declarante)





PREFEITURA
**TAQUARITINGA
DO NORTE**

ANEXO VIII – MODELO DE DECLARAÇÃO DE AUSÊNCIA DE VÍNCULO

Processo Licitatório nº 00004/2026 | Concorrência nº 00001/2026

A empresa _____, devidamente inscrita no CNPJ sob o nº _____, sediada (endereço completo), por intermédio do seu representante legal, infra-assinado, e para fins de cumprimento do exigido neste processo licitatório, DECLARA, sob as penas da lei, que não se enquadra em nenhuma das hipóteses restritivas do Art. nº 14, da Lei Federal nº 14.133/21.

Local e data.



(nome e identificação do declarante)

TAQUARITINGA DO NORTE

27-08-1801

10-05-1887



PREFEITURA
**TAQUARITINGA
DO NORTE**

ANEXO IX – DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE

Processo Licitatório nº 00004/2026 | Concorrência nº 00001/2026

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a), portador do Documento de Identidade nº _____, e inscrito no CPF sob o nº _____, DECLARA, sob as penas da lei, que não foi declarada INIDÔNEA para licitar ou contratar com a Administração Pública, nos termos da Lei Federal nº 14.133/21, bem como que comunicará qualquer fato ou evento superveniente à entrega dos documentos de qualificação que venha alterar a atual situação quanto à capacidade jurídica, técnica, regularidade fiscal e idoneidade econômico-financeira.

Local e data.

(nome e identificação do declarante)





PREFEITURA
**TAQUARITINGA
DO NORTE**

**ANEXO X – DECLARAÇÃO DE ADEQUAÇÃO À LEGISLAÇÃO DE PRIVACIDADE E
PROTEÇÃO DE DADOS**

Processo Licitatório nº 00004/2026 | Concorrência nº 00001/2026

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a), portador do Documento de Identidade nº _____, e inscrito no CPF sob o nº _____, DECLARA, sob as penas da Lei, que se adequa à legislação de privacidade e proteção de dados vigente (Lei Federal nº 13.709/18 - Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD) e alterações.

Local e data.

(nome e identificação do declarante)

TAQUARITINGA DO NORTE

27-08-1801

10-05-1887



ANEXO XI – MINUTA CONTRATUAL

CONTRATO Nº _____/2026

Pelo presente instrumento de contrato, de um lado o MUNICÍPIO DE TAQUARITINGA DO NORTE, Estado de Pernambuco, por meio ..., com sede ... - Centro - Taquaritinga do Norte, CNPJ nº 10.091.593/0001-00, neste ato representada pelo(a), residente e domiciliado na, - - -, CPF nº, Carteira de Identidade nº, doravante simplesmente CONTRATANTE, e do outro lado - - - -, CNPJ nº, neste ato representado por residente e domiciliado na, - - - -, CPF nº, Carteira de Identidade nº, doravante simplesmente CONTRATADA, resolvem celebrar o presente Contrato, como especificado em seu objeto, em conformidade com o Processo Licitatório nº 00004/2026, na modalidade Concorrência nº 00001/2026, por técnica e preço, sob a égide da Lei Federal nº 14.133/21, Lei nº 12.232/2010, e demais legislações pertinentes, mediante as cláusulas e condições a seguir pactuadas:

CLÁUSULA PRIMEIRA: DO OBJETO

1.1. Contratação de serviços de publicidade, propaganda e marketing prestados por intermédio da Agência de Propaganda compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, bem como ações de caráter informativo, educativo e de orientação social voltadas à comunidade local e regional do município de Taquaritinga do Norte - PE.

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

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

1.2.2. A produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

1.2.3. À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão a finalidade de:

1.3.1. Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo Executivo Municipal, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

1.3.2. Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

1.3.3. Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.



1.4 Os serviços previstos acima não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.4.1. Não se incluem no conceito de patrocínio, o patrocínio de mídia – assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimentos comercializados por veículo de divulgação.

1.5. Integram este Contrato, como se nele estivessem transcritos, o Termo de Referência, a Proposta Técnica e a Proposta de Preços apresentada pela CONTRATADA, e todos os elementos constantes do Processo Licitatório nº 00004/2026, Concorrência nº 00001/2026.

CLÁUSULA SEGUNDA: DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO

2.1. DO MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

2.1.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e das Leis pertinentes, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

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

2.1.3. As comunicações entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

2.1.4. O CONTRATANTE poderá convocar representante da CONTRATADA para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

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

2.1.6. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos.

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

2.1.8. O fiscal técnico do contrato anotar no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

2.1.9. Identificada qualquer inexecução ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.1.19. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções.

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



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

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

2.1.23. O contratado deverá manter preposto aceito pela Administração no local do serviço para representá-lo na execução do contrato.

2.2. DA FISCALIZAÇÃO TÉCNICA E ADMINISTRATIVA

2.2.1. A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos.

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

2.2.3. O fiscal técnico do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA TERCEIRA: DO SALDO ESTIMADO PARA CONTRATAÇÃO



3.1. O saldo total estimado da presente contratação é de R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais), cujos gastos encontram-se vinculados à Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco.

CLÁUSULA QUARTA: DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E CONTRATANTE E REQUISITOS

4.1. Constituem obrigações da CONTRATADA:

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

4.1.2. Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a intermediação na contratação de fornecedores nos termos do edital, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.

4.1.3. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas.

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

4.1.5. O disposto no subitem anterior não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA, nos termos do Art. 18, da Lei nº 12.232/2010.

4.1.6. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso esteja venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

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

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

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

4.1.10. Observar a seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços ao CONTRATANTE:

4.1.10.1. Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;



4.1.10.2. Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

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

4.1.10.4. Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade, CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com os serviços a ser fornecido.

4.1.10.5. A CONTRATADA após recebimento de cada processo de pagamento pelo CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de até 15 (quinze) dias úteis, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato.

4.1.11. O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação pela CONTRATADA ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

4.1.12. No caso do subitem anterior, a CONTRATADA procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

4.1.13. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do gestor deste contrato.

4.1.14. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços, acerca das condições para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

4.1.15. As disposições do subitem 4.1.11 não se aplicam a compra de mídia.

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

4.1.17. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

4.1.17.1. Um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

4.1.17.2. Dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

4.1.18. Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE por escrito para autorizar despesas com bens e serviços prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

4.1.19. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

4.1.20. Apresentar ao CONTRATANTE para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível; obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no Art. 15, da Lei nº 12.232/2010.

4.1.21. Apresentar ao CONTRATANTE como alternativa ao subitem 4.1.9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no Art. 15, da Lei nº 12.232/2010.

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

4.1.23. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado, o CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

4.1.24. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do CONTRATANTE, sem ônus para este:

- a) TV e Cinema: cópias em arquivos digitais;
- b) internet: cópias em arquivos digitais;
- c) Rádio: cópias em arquivos digitais;
- d) Mídia impressas e material publicitário: cópias digitais.

4.1.25. Manter, durante o período de 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem anterior.

4.1.26. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo CONTRATANTE.

4.1.27. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 4.1.26.



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

4.1.29. Registrar em relatório de atendimento todas as reuniões de serviços entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e para que ambos tomem as providências necessárias do desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

4.1.30. Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.

4.1.31. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

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

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

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

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

4.1.36. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o Art. 4º, e seu parágrafo primeiro da Lei nº 12.232/2010.

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

4.1.38. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

4.1.39. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, de 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.



4.1.40. 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.

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

4.1.42. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e o próprio CONTRATANTE.

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

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

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

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

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

4.1.48. Responder por qualquer 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.

4.1.49. Será permitida a subcontratação dos serviços, com exceção daqueles que devem ser prestados necessariamente pela agência de propaganda.

4.2. Constituem obrigações do CONTRATANTE:

4.2.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

4.2.2. Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais, determinados pela urgência, que deverão ser confirmados por escrito no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.

4.2.3. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

4.2.4. Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores de bens e serviços pela CONTRATADA. 4.2.5 Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

4.2.6. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

4.2.7. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

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

4.3. DOS REQUISITOS

4.3.1. REQUISITOS DE SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO E PROTEÇÃO DE DADOS

4.3.1.1. Os serviços contratados deverão ser prestados em conformidade com leis, normas e diretrizes vigentes no âmbito da Administração Pública em todos os níveis.

4.3.1.2. A CONTRATADA deverá adotar critérios adequados para a seleção de profissionais que irão atuar diretamente na execução do objeto, com o propósito de evitar a incorporação de perfis que possam comprometer a segurança ou credibilidade do CONTRATANTE.

4.3.1.3. A CONTRATADA compromete-se a observar o disposto na Lei Federal nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD) quanto ao tratamento de dados pessoais e dados pessoais sensíveis aos quais tiverem acesso em decorrência deste contrato, compatibilizando-a com o que estabelece a Lei Federal nº 12.527 (Lei de Acesso à Informação - LAI), tendo em vista o caráter público desta contratação.

4.3.1.4. A CONTRATADA declara adotar medidas de segurança eficazes para proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas, comprometendo-se a comunicar ao CONTRATANTE, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, a ocorrência de incidente de segurança que possa acarretar risco ou dano relevante aos titulares e responsabilizando-se pelos danos de qualquer natureza ocorridos em caso de violação à legislação de proteção de dados pessoais.

4.3.1.5. As partes terão acesso a dados pessoais dos respectivos representantes, tais como número e cópia de documentos de identificação (Cadastro de Pessoa Física e Registro Geral) e endereços eletrônico e residencial, e outros dados que sejam imprescindíveis para a formação e execução destes serviços, sendo-lhes vedado utilizá-los para finalidade distinta daquela do objeto da contratação, sob pena de responsabilização administrativa, civil e criminal.

4.3.1.6. Considerando o caráter público desta contratação, o compartilhamento de dados observará ao disposto da Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD.



4.3.2. REQUISITOS DE DIREITOS AUTORAIS

4.3.2.1. A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração preestabelecidas.

4.3.2.2. O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

4.3.2.3. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores, quando determinada pelo CONTRATANTE, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pelo CONTRATANTE.

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

4.3.2.5. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

4.3.2.6. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

4.3.2.7. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens acima o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos e qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

4.3.2.8. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas, incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pelo CONTRATANTE, após os procedimentos.

CLÁUSULA QUINTA: DAS DOTAÇÕES ORÇAMENTÁRIAS



5.1. As despesas afetadas à execução deste objeto correrão à conta das seguintes dotações orçamentárias:

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.01 – GABINETE DO PREFEITO

0412200202.007 – *Manutenção do Gabinete do Prefeito*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 25*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

0412200202.008 – *Divulgação Oficial, Marketing e Publicidade*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 29*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.04 – SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO

0412200212.017 – *Manutenção da Secretaria de Administração*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 70*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.06 – SECRETARIA DE EDUCAÇÃO, CULTURA E ESPORTES

1212201882.024 – *Manutenção das Atividades da Secretaria de Educação*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 114*

500.1001 – *Recursos não vinculados de Impostos – Educação*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.07 – SECRETARIA DE SAÚDE

1012200212.050 – *Manutenção da Secretaria de Saúde*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 274*

500.1002 – *Recursos não vinculados de Impostos – Saúde*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.08 – SECRETARIA DE OBRAS E URBANISMO

1545103232.054 – *Manutenção da Secretaria de Obras e Urbanismo*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 320*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.10 – SECRETARIA DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E MEIO AMBIENTE

2012200212.067 – *Manutenção da Secretaria de Agricultura, Pecuária e Meio Ambiente*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 454*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.11 – SECRETARIA DE TURISMO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

2369503632.071 – *Manutenção da Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico*

33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 478*

500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.12 – SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO GOVERNAMENTAL

0412100202.073 – *Manutenção da Secretaria de Articulação Governamental*



33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 496*
500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.13 – SECRETARIA DE DEFESA SOCIAL

0618201742.076 – *Manutenção da Secretaria de Defesa Social*
33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 513*
500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.16 – SECRETARIA DE GESTÃO PÚBLICA

0412200202.088 – *Manutenção da Secretaria de Gestão Pública*
33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 601*
500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

Órgão: 02.00 – PODER EXECUTIVO

Unidade: 02.20 – FUNDO MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL

0812200202.121 – *Gestão Administrativa do Fundo de Assistência Social*
33903900 – *Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica | COD. 929*
500.0000 – *Recursos não vinculados de Impostos*

CLÁUSULA SEXTA: DO PAGAMENTO

6.1. O pagamento decorrente da concretização do objeto será efetuado pelo contratante após a comprovação da entrega do objeto nas condições exigidas, mediante atestação do responsável e apresentação dos documentos fiscais atualizados, no prazo de até 30 (trinta) dias.

6.2. A nota fiscal/fatura deverá ser emitida pela contratada e pelos veículos/fornecedores em inteira conformidade com as exigências legais contratuais, especialmente as de natureza fiscal. 6.3 Identificada pelo contratante qualquer divergência na nota fiscal/fatura, deverá devolvê-la à contratada para que sejam feitas as correções necessárias, sendo que o prazo estipulado acima será contado somente a partir da reapresentação do documento desde que devidamente sanado o vício.

6.3.1. A devolução da documentação de cobrança não aprovada pelo CONTRATANTE não servirá de motivo para que a CONTRATADA suspenda a execução dos serviços ou deixe de efetuar os pagamentos devidos aos seus empregados envolvidos na execução contratual.

6.4. Os pagamentos devidos pelo contratante serão efetuados por meio de depósito ou transferência eletrônica em conta bancária a ser informada pela contratada, preferencialmente do Banco do Brasil, ou, eventualmente, por outra forma que vier a ser convencionada entre as partes, vedando-se o pagamento por meio de boleto bancário.

6.5. Uma vez paga a importância discriminada na nota fiscal/fatura, a contratada dará ao contratante plena, geral e irrevogável, quitação dos valores nela discriminados, para nada mais vir a reclamar ou exigir a qualquer título, tempo ou forma.

6.6. Após efetivar o pagamento, a CONTRATADA deverá apresentar à prefeitura comprovantes de pagamento dos executores envolvidos nas atividades, em até 05 (cinco) dias úteis após a efetiva quitação da Nota Fiscal, podendo ser entregue também em mídia digital, devendo constar:



- Nome do executor;
- Data do pagamento; e
- Valor pago (valores líquidos pactuados pelas atividades).

Os comprovantes de veiculação, produção e outros apresentados devem se ater aos executores constantes nas atividades realizadas.

6.7. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a Contratada não tenha concorrido para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação financeira devida pela Contratante, entre a data do vencimento e o efetivo adimplemento da parcela, é calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$EM = I \times N \times VP$, sendo:

EM = Encargos moratórios;

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = Valor da parcela a ser paga.

I = Índice de compensação financeira = 0,00016438, assim apurado:

I =
(TX)

I =
(6/100)
365

I = 0,00016438

TX = Percentual da taxa anual = 6%

6.8. Na realização do pagamento serão retidos os tributos devidos conforme as normas em vigor e passíveis de retenção pela Prefeitura, devendo o fornecedor indicar estes valores no documento fiscal.

6.9. Nenhum pagamento será efetuado enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira ou técnica que lhe for imposta, em virtude de penalidade ou inadimplência, sem que isso gere direito ao pleito do reajustamento de preços ou correção monetária.

6.10. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Contrato e na proposta, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

6.11. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus à contratante.

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



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

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

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

CLÁUSULA SÉTIMA: DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA

7.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula:

7.1.1. Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com base na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pernambuco, vigente à época da prestação dos serviços, com a concessão do percentual de desconto de % ().

7.1.2. Percentual de honorários % (por cento) incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

7.1.3. Percentual de honorários % (..... por cento) quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

7.1.4. Percentual de remuneração de 20% (vinte por cento) sobre o valor da contratação da mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto padrão.

7.1.5. A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o Art. 11, da Lei n.º 4.680/65 e Normas Padrão do CENP, conforme abaixo:

7.1.6. A CONTRATADA repassará, quando cabível, à Prefeitura o valor correspondente ao percentual respectivo constante do Anexo "B" das Normas Padrão – CENP, Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído pelo item 6.4 das Normas Padrão do CENP.

7.1.7. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

7.1.8. A CONTRATADA se compromete a apresentar planilha detalhada com os valores previstos na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de



Minas Gerais, vigente na data de prestação dos serviços, e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE.

7.1.9. Os honorários e a remuneração de que tratam os subitens 7.1.2 a 7.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado pelos fornecedores.

7.1.10. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, no atendimento da conta, serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

7.1.11. Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

CLÁUSULA OITAVA: DO DESCONTO DE AGÊNCIA

8.1. Além da remuneração, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o Art. 11, da Lei nº 4.680/65 e Normas Padrão do CENP e com as demais disposições.

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

CLÁUSULA NONA: DA GARANTIA CONTRATUAL

9.1. Será exigida a garantia da contratação de que tratam os Arts. 96 e seguintes da Lei Federal nº 14.133, de 2021, no percentual **5% (cinco por cento)** do valor total do contrato.

9.2. A garantia, nas modalidades caução e fiança bancária deverá ser prestada no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis após a assinatura do contrato, prorrogáveis por igual período, desde que solicitado pela CONTRATADA no prazo inicialmente concedido.

9.3. Em caso opção pelo seguro-garantia, a parte adjudicatária terá prazo de um mês, contado da data de homologação da licitação, para sua apresentação, que deve ocorrer antes da assinatura do contrato.

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

9.4.1. Prejuízos advindos do não cumprimento do contrato;

9.4.2. Multas punitivas aplicadas pela fiscalização a contratada;

9.4.3. Prejuízos diretos causados a prefeitura decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;

9.4.4. Obrigações previdenciárias e trabalhistas não honradas pela contratada; e



9.4.5. Prejuízos indiretos causados a prefeitura e prejuízos causados a terceiros, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato.

9.5. garantia em dinheiro deverá ser efetuada no Banco do Brasil, em conta específica com correção monetária, em favor da Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte.

9.6. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia poderá acarretar a aplicação de multa de 0,02% (dois centésimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, até o máximo de 1% (um por cento).

9.7. O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias autoriza a Administração a promover a retenção dos pagamentos devidos a contratada, até o limite de 1% (um por cento) do valor anual do contrato, a título de garantia.

9.7.1. A retenção efetuada com base no item 9.7 não gera direito a nenhum tipo de compensação financeira a contratada.

9.8. A contratada, a qualquer tempo, poderá substituir a retenção efetuada com base no item 9.5 desta cláusula por quaisquer das modalidades de garantia, caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, seguro-garantia ou fiança bancária.

9.9. O valor da multa moratória decorrente do atraso da entrega da garantia poderá ser glosado de pagamentos devidos a contratada.

9.10. O número do contrato garantido e/ou assegurado deverá constar nos instrumentos de garantia ou seguro a serem apresentados pelo garantidor e/ou segurador.

9.11. Quando da abertura de processos para eventual aplicação de penalidade, a fiscalização do contrato deverá comunicar a seguradora e/ou a fiadora paralelamente às comunicações de solicitação de defesa prévia a contratada e das decisões finais de 1ª e última instância administrativa.

9.12. O garantidor não é parte interessada para figurar em processo administrativo instaurado pela Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte com o objetivo de apurar prejuízos e/ou aplicar sanções a contratada.

9.13. Será considerada extinta a garantia:

9.13.1. Com a devolução da apólice, carta fiança ou autorização para o levantamento de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, ou desimpedimento dos imóveis, acompanhada de declaração da Administração, mediante termo circunstanciado, de que a contratada cumpriu todas as cláusulas do contrato;

9.13.2. 90 (noventa) dias após a extinção do Contrato.

9.14. Isenção de responsabilidade da garantia:

9.14.1. A Prefeitura Municipal de Taquaritinga do Norte não executará a garantia na ocorrência de uma ou mais das seguintes hipóteses:

a) Caso fortuito ou força maior;



b) Alteração, sem prévio conhecimento da seguradora ou do fiador, das obrigações contratuais;

c) Descumprimento das obrigações pela contratada decorrentes de atos ou fatos praticados pela Administração;

d) Atos ilícitos dolosos praticados por servidores da Administração.

9.15. Para efeitos da execução da garantia, os inadimplementos contratuais deverão ser comunicados pela Prefeitura a CONTRATADA e/ou à Instituição Garantidora, no prazo de até 90 (noventa) dias após o término de vigência do Contrato

9.16. Quando da renovação do contrato, a garantia também deverá ser renovada.

CLÁUSULA DÉCIMA: DA VIGÊNCIA E ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

10.1. Da vigência contratual

10.1.1. Após a homologação da licitação, o adjudicatário terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data de sua convocação, para assinar o Termo de Contrato, cuja vigência será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado nos termos da Lei 14.133/2021, respeitada a vigência máxima decenal.

10.2. Das prorrogações

10.2.1. Para fins de renovação contratual, o gestor do contrato, com base no histórico de gestão do contrato e nos princípios da manutenção da necessidade, economicidade e oportunidade da contratação, deverá encaminhar à área administrativa, com pelo menos 60 (sessenta) dias de antecedência do término do contrato, a respectiva documentação para o aditamento.

10.3. Do reajuste

10.3.1. O contrato será irremediável, visto que os valores dos serviços são baseados em tabela vigente do SINAPRO/PE, a qual é atualizada conforme as regras do próprio Sindicato.

10.4. Das alterações contratuais

10.4.1. Nos termos da legislação em vigor, durante a fase de execução da prestação dos serviços o contrato poderá ser alterado, desde que justificadamente, na forma prevista no Art. 124, da Lei Federal nº 14.133, de 2021. as alterações contratuais devem ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, que deverá ser submetido à prévia aprovação da consultoria jurídica do contratante.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: DAS INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

11.1. O licitante ou o contratado será responsabilizado administrativamente pelas seguintes infrações:

11.1.1. Dar causa à inexecução parcial do contrato;



- 11.1.2. Dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- 11.1.3. Dar causa à inexecução total do contrato;
- 11.1.4. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame;
- 11.1.5. Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- 11.1.6. Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- 11.1.7. Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;
- 11.1.8. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;
- 11.1.9. Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- 11.1.10. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- 11.1.11. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- 11.1.12. Praticar ato lesivo previsto no Art. 5º, da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013;
- 11.2. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas previstas nesta lei as seguintes sanções:
- 11.2.1. Advertência;
- 11.2.2. Multa;
- 11.2.3. Impedimento de licitar ou contratar;
- 11.2.4. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.
- 11.3. Na aplicação das sanções será considerado o disposto no § 1º, do Art. 156, da Lei nº 14.133/21.
- 11.4. A sanção prevista no subitem 11.2.1 será aplicada exclusivamente pela infração administrativa prevista no subitem 11.1.1, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
- 11.5. A sanção prevista no subitem 11.2.2, aplicável ao responsável por qualquer das infrações administrativas previstas no item 11.1, será de até 20% do valor do contrato/Ata, não podendo ser inferior a 0,5%, observado o disposto no item 11.3.
- 11.6. A sanção prevista no subitem 11.2.3 será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos subitens 11.1.2, 11.1.3, 11.1.4, 11.1.5, 11.1.6 e 11.1.7, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar ou contratar



no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo que tiver aplicado a sanção, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

11.7. A sanção prevista no subitem 11.2.4 será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos subitens 11.1.8, 11.1.9, 11.1.10, 11.1.11 e 11.1.12, bem como pelas infrações administrativas previstas nos incisos 11.1.2, 11.1.3, 11.1.4, 27.1.5, 11.1.6 e 11.1.7 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção referida no § 4º deste artigo, e impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

11.8. A sanção estabelecida no subitem 11.2.4 será precedida de análise jurídica e observará o disposto no Art. 156, § 6º, da Lei nº 14.133/21.

11.9. As sanções previstas nos subitens 11.2.1, 11.2.3 e 11.2.4 poderão ser cumulativamente aplicadas com a prevista no subitem 11.2.2.

11.10. A aplicação das sanções previstas nos subitens 11.2.3 e 11.2.4 requererá a instauração de processo de responsabilização para avaliação dos atos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o contratado para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

11.11. A aplicação de multa de mora não impedirá que a Administração a converta em compensatória e promova a extinção unilateral do contrato com a aplicação cumulada de outras sanções previstas na Lei Federal nº 14.133/21.

11.12. A reabilitação do licitante será admitida na forma do Art. 163, da Lei Federal nº 14.133/21.

11.13. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo.

11.14. Serão aplicadas às pessoas jurídicas consideradas responsáveis pelos atos lesivos previstos na Lei Anticorrupção as sanções descritas no Art. 6º, da Lei nº 12.846/13.

11.14.1. A responsabilidade será apurada por intermédio de instauração de processo administrativo de apuração de responsabilidade da pessoa jurídica.

11.14.2. As sanções serão aplicadas fundamentadamente, isolada ou cumulativamente, de acordo com as peculiaridades do caso concreto e com a gravidade e natureza das infrações.

11.14.3. A aplicação das sanções previstas no Art. 6º, da Lei nº 12.846/13 não exclui, em qualquer hipótese, a obrigação da reparação integral do dano causado.

11.14.4. Serão levados em consideração na aplicação das sanções as condições previstas no Art. 7º, da Lei nº 12.846/13.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: DA RESCISÃO CONTRATUAL

12.1. A extinção do contrato ocorrerá ainda nas hipóteses previstas no Art. 137, da Lei nº 14.133/2021, e poderá ser:

12.1.1. Determinada por ato unilateral e escrito da Administração, exceto no caso de descumprimento decorrente de sua própria conduta, conforme disposto no Art. 138, I, da Lei nº 14.133/2021.



12.1.2. Consensual, por acordo entre as partes, por conciliação, por mediação ou por comitê de resolução de disputas, desde que haja interesse do CONTRATANTE, conforme disposto no Art. 138, II, da Lei nº 14.133/2021.

12.1.3. Determinada por decisão arbitral, em decorrência de cláusula compromissória ou compromisso arbitral, ou por decisão judicial, conforme disposto no Art. 138, III, da Lei nº 14.133/2021.

12.2. A extinção determinada por ato unilateral da Administração e a extinção consensual deverão ser precedidas de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente e reduzidas a termo no respectivo processo.

12.3. A extinção determinada por ato unilateral da Administração poderá acarretar, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº 14.133/2021, as consequências estabelecidas no Art. 139, da referida lei.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA: DA ADMISSIBILIDADE DE SUBCONTRATAÇÃO

13.1 Será permitida a subcontratação dos serviços, com exceção daqueles que devem ser prestados necessariamente pela agência de propaganda.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA: DAS CONDIÇÕES GERAIS

14.1. Este Contrato regular-se-á pela legislação indicada no preâmbulo e pelos preceitos de direito público, aplicando-se, supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e as disposições de direito privado, na forma do Art. 89, da Lei Federal nº 14.133/2021.

14.2. O CONTRATANTE reserva para si o direito de alterar quantitativos, sem que isso implique alteração dos preços unitários ofertados, obedecido o disposto no Art. 125, da Lei nº 14.133/2021.

14.3. O CONTRATANTE reserva para si o direito de não aceitar ou receber qualquer serviço em desacordo com o previsto neste Contrato ou em desconformidade com as normas legais ou técnicas pertinentes ao seu objeto, podendo extingui-lo nos termos do previsto no Art. 137, da Lei nº 14.133/2021.

14.4. Qualquer tolerância por parte do CONTRATANTE, no que tange ao cumprimento das obrigações ora assumidas pela CONTRATADA, não importará, em hipótese alguma, em alteração contratual, novação, transação ou perdão, permanecendo em pleno vigor todas as cláusulas deste Contrato e podendo o CONTRATANTE exigir o seu cumprimento a qualquer tempo.

14.5. Este Contrato não estabelece qualquer vínculo de natureza empregatícia ou de responsabilidade entre o CONTRATANTE e os agentes, prepostos, empregados ou demais pessoas da CONTRATADA designadas para a execução do seu objeto, sendo a CONTRATADA a única responsável por todas as obrigações e encargos decorrentes das relações de trabalho entre ela e seus profissionais ou contratados, previstos na legislação pátria vigente, seja trabalhista, previdenciária, social, de caráter securitário ou qualquer outra.

14.6. A CONTRATADA, por si, seus agentes, prepostos, empregados ou qualquer encarregado, assume inteira responsabilidade por quaisquer danos ou prejuízos causados diretamente ao CONTRATANTE, seus servidores ou terceiros, produzidos em decorrência da execução do objeto



deste Contrato, ou da omissão em executá-lo, resguardando-se o CONTRATANTE o direito de regresso na hipótese de ser compelido a responder por tais danos ou prejuízos.

14.7. A CONTRATADA guardará e fará com que seu pessoal guarde sigilo sobre dados, informações e documentos fornecidos pelo CONTRATANTE ou obtidos em razão da execução do objeto contratual, sendo vedada toda e qualquer reprodução dos mesmos, durante a vigência do presente Contrato e mesmo após o seu término.

14.8. Todas as informações, resultados, relatórios e quaisquer outros documentos obtidos ou elaborados pela CONTRATADA na execução do objeto deste Contrato serão de exclusiva propriedade do CONTRATANTE, não podendo ser utilizados, divulgados, reproduzidos ou veiculados, para qualquer fim, senão com a prévia e expressa autorização deste, sob pena de responsabilização administrativa, civil e criminal, nos termos da legislação pátria vigente

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA: DA VINCULAÇÃO CONTRATUAL

15.1. Este Contrato está vinculado, de forma total e plena, ao Processo Licitatório nº 00004/2026, Concorrência nº 00001/2026, que lhe deu origem, exigindo-se, para sua execução, rigorosa obediência ao instrumento convocatório e seus anexos.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA: DA PUBLICAÇÃO

16.1. O extrato deste Contrato será publicado no Órgão Oficial da Prefeitura, e na íntegra, no Portal Nacional de Compras Públicas – PNCP.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA: DO FORO

17.1. As partes elegem o foro da Comarca de Taquaritinga do Norte, Estado de Pernambuco, para dirimir eventuais conflitos de interesses decorrentes do presente Contrato, valendo esta cláusula como renúncia expressa a qualquer outro foro, por mais privilegiado que seja ou venha a ser.

17.2. E, por estarem de inteiro e comum acordo, as partes assinam o presente Contrato em 2 (duas) vias de igual teor e forma, juntamente com 2 (duas) testemunhas.

Taquaritinga do Norte - PE, ... de ... de 2026.

TESTEMUNHAS

PELO CONTRATANTE

TAQUARITINGA DO NORTE

27-08-1801

PELA CONTRATADA