

realização da sessão pública precedente ou em que seja anulada a própria sessão pública, situação em que serão repetidos os atos anulados e os que dele dependam.

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

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

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

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

15. ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

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

16. TERMO DE CONTRATO OU INSTRUMENTO EQUIVALENTE

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

16.2. O adjudicatário terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data de sua convocação, para assinar o Termo de Contrato ou aceitar instrumento equivalente, conforme o caso (Nota de Empenho/Carta Contrato/Autorização), sob pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no Edital.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

17. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

17.1. Pelo descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas partes, salvo casos fortuitos ou de força maior, a parte infratora responderá pelas sanções previstas nos

artigos 155 e 156 da Lei Federal nº 14.133/2021, sem prejuízo da responsabilidade civil ou penal cabíveis.

18. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

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

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

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

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

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

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

19. DISPOSIÇÕES GERAIS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ANEXO I – Termo de Referência;

ANEXO II – Modelo de Proposta de Preços;

ANEXO III – Minuta do Contrato.

ANEXO IV – Estudo Técnico Preliminar.

Pires Ferreira/CE, 29 de setembro de 2025.



Lunara Araújo Pinto

Ordenadora de Despesas do Gabinete da Prefeita



ANEXO I
TERMO DE REFERÊNCIA

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

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

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

a) R\$ 3.850 para o item.

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

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

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

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

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

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

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

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

4. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária

Subquesito 1 – Raciocínio Básico

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

Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária

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

Subquesito 3 – Ideia Criativa

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

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

Subquesto 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

Quesito 2 – Capacidade de Atendimento

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

Quesito 3 – Repertório

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

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

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

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

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

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

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

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

2
Quinto

[Assinatura]

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Onde,

NT = Nota técnica da licitante;

PTL = Pontuação técnica da licitante;

MPT = Máxima pontuação técnica observada dentre todas as licitantes.

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

- Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**;
- Não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;
- Obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

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

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

5. CRITÉRIO DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO

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

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

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

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

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

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

Onde,

NP = Nota de Preço da Licitante;

MP = Menor Preço dentre as propostas classificadas;

PP = Preço Proposto pela Licitante.

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

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

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

$$NTP = NT + NP$$

Onde,

NTP = Nota Total Ponderada da Licitante.

NT = Pontuação da Nota Técnica.

NP = Pontuação da Nota de Preço.

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

7. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

7.1. Natureza da Contratação:

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

7.2. Duração do Contrato:

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

7.3. Requisitos Necessários:

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

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

7.4. Relevância dos Requisitos Estipulados:

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

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

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

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

7.5. Sustentabilidade:

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

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

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

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

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

7.6. Vistoria:

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

7.7. Subcontratação:

7.7.1. Não é admitida a subcontratação do objeto contratual.

7.8. Garantia da contratação:

7.8.1. Não haverá exigência da garantia da contratação.

8. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

8.1. Prazo de Execução:

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

8.2. Local de Execução:

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

8.3. Rotinas de Execução:

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

ROTINA 1 – Planejamento e Estudo Estratégico de Comunicação

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

ROTINA 2 – Criação e Produção Publicitária

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

ROTINA 3 – Execução Técnica e Produção Gráfica e Audiovisual

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

ROTINA 4 – Mídia e Distribuição

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

ROTINA 5 – Atendimento, Acompanhamento e Relatórios

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

ROTINA 6 – Pesquisa e Avaliação de Resultados

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

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

8.4. Informações relevantes para o dimensionamento da proposta

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

8.5. Materiais a serem disponibilizados

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

8.6. Garantia do serviço

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

9. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

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

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

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

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

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

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

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

9.7.1. O fiscal do contrato 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. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Quinto

[Handwritten signature]

10. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO

10.1. Recebimento

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

10.2. Liquidação

PREFEITURA MUNICIPAL DE PIRES FERREIRA

Rua Maria Antusa Soares Passos, SN – Centro – Cep 62.255-000
Fone: (88) 3651.1033 – Pires Ferreira – Ceará



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

10.2.2. Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente apresentado expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

10.2.2.1. o prazo de validade;

10.2.2.2. a data da emissão;

10.2.2.3. os dados do contrato e do órgão contratante;

10.2.2.4. o valor a pagar; e

10.2.2.5. eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

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

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

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

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

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

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

10.2.9. Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato, caso o contratado não regularize sua situação.

10.3. Prazo de pagamento

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

10.3.2. No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos ao contratado serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento até a data de sua efetiva realização, mediante aplicação do índice IPC-A de correção monetária.

10.4. Forma de pagamento

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

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