

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

Órgão interessado:	SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO
Processo NUP:	00000.0. 045353/2026
Regime Legal:	Lei Federal nº 12.232/2.010, aplicando-se subsidiariamente no que couber a Lei Federal nº 14.133/2.021 e a Lei Federal nº 4.680/1.965 e demais normas pertinentes e Decretos Municipais nº 2.400/2023, nº 2.460/2023 e nº 2.461/2023.
Tipo Licitação:	TÉCNICA E PREÇO
Modo de Disputa:	FECHADO
Orçamento SIGILOSO?	NÃO
Exame e Retirada do Edital:	https://acessoainformacao.palmas.to.gov.br/cidadao/informacao/sglicitacoes e https://pncp.gov.br/app/editais?q=&status=recebendo_proposta&pagina=1
Local da Sessão:	Sala de reunião da Comissão de Contratação da Secretaria Municipal de Planejamento e Gestão – ARSO 60, Av. Siqueira Campos, Cj. 01, Lote 13, Palmas/TO – CEP: 77022-002
Data da Sessão:	22/09/2026
Hora da Sessão:	09:h00min (horário de Brasília-DF)
Validade da Proposta	90 (noventa) dias
Informações:	E-mail: compraslicitacoes@palmas.to.gov.br
Agente designado:	Comissão de Contratação , conforme art. 2º do Decreto Nº 2646/2025.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

ÍNDICE

1. DO OBJETO.....	4
2. CONDIÇÕES GERAIS	5
3. DA PARTICIPAÇÃO	6
4. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS.....	10
5. DO CREDENCIAMENTO	15
6. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA.....	16
7. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.....	22
8. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS	28
9. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS.....	29
10. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS.....	29
11. DA HABILITAÇÃO (Envelope nº 5 – Documentação)	30
12. DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA	33
13. DA IMPUGNAÇÃO DO ATO CONVOCATÓRIO E DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS	34
14. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA.....	35
15. DA HOMOLOGAÇÃO / ADJUDICAÇÃO	36
16. DO CONTRATO / EXECUÇÃO / GARANTIA.....	36
17. DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO	37
18. DO ACRÉSCIMO E DA SUPRESSÃO DE SERVIÇOS	37
19. DO PAGAMENTO	37
20. DAS PENALIDADES.....	38
21. FRAUDE E CORRUPÇÃO	38
22. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS	38
23. DO FORO.....	41
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA	42
ANEXO II - MINUTA CONTRATUAL	111
ANEXO III - TERMO DE CREDENCIAMENTO	138
ANEXO IV - DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA	139
ANEXO V - CARTA DE APRESENTAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO	140
ANEXO VI - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO	141
ANEXO VII - MINUTA DE CARTA DE FIANÇA BANCÁRIA.....	142



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

ANEXO VIII - NATUREZA REFERENCIAL DAS DEMANDAS PUBLICITÁRIAS	143
ANEXO IX -BRIEFING	144

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

O MUNICÍPIO DE PALMAS, ESTADO DO TOCANTINS, por intermédio da **Comissão de Contratação** da Secretaria Municipal de Planejamento e Gestão, designada pelo Decreto nº 2.646, de 24 de janeiro de 2025, no uso de suas atribuições legais, conforme o disposto no Decreto nº 2.461, de 15 de dezembro de 2023, torna público aos interessados, que estará reunida no dia, hora e local descritos no preâmbulo deste edital, a fim de receber, abrir e examinar propostas técnicas e de preços, e documentações de empresas que pretendam participar da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº XXX/2026**, esclarecendo que a presente licitação e consequente contratação serão regidas pelas normas estabelecidas neste Edital, na Lei Federal nº 12.232/2.010, mediante a aplicação de forma complementar da Lei Federal nº 14.133/2021, da Lei Federal nº 4.680/1.965, do Decreto Federal nº 57.690/1.966, e das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão).

Esta licitação será do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, observados os critérios de julgamento, descrito nos itens **07 e 10**, deste edital.

Na hipótese de não haver expediente na data acima, fica a presente licitação, automaticamente, transferida para o primeiro dia útil subsequente àquele, na mesma hora e local, salvo por motivo de força maior, ou qualquer outro fator ou fato imprevisível.

1. DO OBJETO

1.1 – A Presente licitação tem por finalidade a seleção da melhor proposta melhor técnica e preço, que possibilite, na forma e nos termos deste edital, a **contratação de 03 (três) agências de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade e propaganda**, para divulgação dos programas e ações do município de Palmas/TO., conforme condições e especificações estabelecidas no presente Edital, bem como em seus anexos.

1.2 – Os serviços compreendem 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 das ações publicitárias de competência do município de PALMAS/TO, aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade, e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, cumprindo uma de suas missões.

1.2.1 – Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos relativos à execução dos contratos;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias.
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou materiais publicitários criados pelas agências contratadas.

1.2.1.1 – As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.2.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da ANUNCIANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária;

1.2.1.2 – É vedada a promoção pessoal de qualquer gestor e aplicação inapropriada.

1.2.2 – Os serviços previstos no subitem 1.2.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.2.2.1 – Não se inclui no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

1.3 – Para a prestação dos serviços **serão contratadas de 03 (três) agências de publicidade e propaganda**, doravante denominada Agência, Licitante ou CONTRATADA.

1.3.1 – Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados por intermédio de agência de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1.965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2.010.

1.3.2 – A agência contratada atuará por ordem e conta da ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1.965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.2.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.3.3 – A agência contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda como objeto principal para a execução de serviços previstos neste item 01 – DO OBJETO.

1.3.3 – A agência contratada atuará de acordo com solicitação da ANUNCIANTE, e observará o disposto nas normas, neste Edital, e no contrato a ser assinado.

1.3.4 – As agências contratadas serão submetidas, na execução do contrato, ao Procedimento de Seleção Interna, conforme item 8.5 do Termo de Referência - ANEXO I (Procedimento de Seleção Interna entre agências).

2. CONDIÇÕES GERAIS

2.1 – A concorrência será realizada de forma presencial, em razão das peculiaridades do procedimento previsto na Lei Federal nº 12.232/2010, especialmente quanto à apresentação, recebimento, sigilo, guarda, abertura e julgamento dos invólucros relativos às propostas técnicas, propostas de preços e documentos de habilitação.

2.2 Os invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços serão recebidos no local, data e horário indicados no preâmbulo deste edital.

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

2.2.2 – A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 4, e na legislação;

2.3 – Os documentos de habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão de Contratação.

2.4 – Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Palmas/TO.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

- 2.5 – Somente poderão participar da presente Concorrência Pública, pessoas jurídicas, especializadas no ramo, legalmente constituídas, que satisfaçam as condições estabelecidas neste edital.
- 2.6 – A presente licitação ficará a cargo da Comissão de Contratação, a qual competirá:
- 2.6.1 Receber os envelopes DOCUMENTAÇÃO e PROPOSTA;
- 2.6.2 Examinar a documentação, habilitando ou não os participantes, de conformidade com as exigências do edital;
- 2.6.3 Proceder ao julgamento das propostas, exceto as propostas técnicas que serão avaliadas por uma subcomissão técnica, observando os fatores do critério de julgamento, constantes dos itens 07 e 10 deste instrumento;
- 2.6.4 Lavrar ata circunstanciada a cada fase do procedimento licitatório, relatando os fatos e decisões que vierem a ser tomadas;
- 2.6.5 Informar os recursos que porventura forem apresentados contra os seus atos na presente licitação;
- 2.6.6 Submeter à apreciação superior as decisões proferidas pela Comissão, e;
- 2.6.7 Promover a divulgação dos seus atos pertinentes ao procedimento licitatório, através do Diário Oficial do Município de Palmas/TO. e em jornal de circulação local, quando exigido por lei.
- 2.7 – Poderão, a critério da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica, ser relevados erros ou omissões irrelevantes que não resultem em prejuízos para o entendimento da proposta e para o seu julgamento, ou para o serviço público.
- 2.8 – A juízo da Comissão de Contratação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial é obrigatória:
- nas sessões de abertura de invólucros quando exigido por lei;
 - no Diário Oficial do Município de Palmas/TO.;
 - no e-mail compraslicitacoes@palmas.to.gov.br ou por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento pelas licitantes; e,
 - em jornal de circulação local quando exigido por lei.

3. DA PARTICIPAÇÃO

- 3.1 – Poderá participar da presente licitação a agência de propaganda que atender às exigências estabelecidas neste edital e seus anexos.
- 3.2 – A participação na licitação importa total e irrestrita submissão dos proponentes às condições deste Edital e aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos, a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.
- 3.3 – Nenhuma pessoa física poderá representar mais de um interessado na presente licitação. Caso ocorra, serão as respectivas licitantes inabilitadas.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

3.4 – NÃO PODERÁ CONCORRER, DIRETA OU INDIRETAMENTE, NESTA LICITAÇÃO, A AGÊNCIA DE PROPAGANDA:

3.4.1 – Cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

3.4.2 – Suspensa temporariamente de participar de licitação ou impedidas de contratar com a Administração Pública (art. 156, §4º, da Lei 14.133/2021);

3.4.3 – Declarada inidônea para licitar ou contratar com Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade (art. 156, §5º, da Lei 14.133/2021);

3.4.4 – Que tenha em seu quadro de funcionários, servidores públicos vinculados ao órgão promotor da licitação, bem assim, a agência ou instituição que tenha em seu quadro societário, dirigente ou responsável técnico que seja também servidor público vinculado;

3.4.5 – Estrangeira que não funcione no País;

3.4.6 – Que não atenda às exigências deste Edital.

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

3.6 – A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência.

3.6.1 – Fica ressaltado que o município de Palmas/TO., a Secretaria Municipal de Comunicação e a Comissão de Contratação não serão, **EM NENHUM CASO**, responsáveis pelos custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

3.7 – É facultado a licitante, a presença do diretor, sócio ou representante legal na sessão de abertura da presente concorrência, ou em qualquer fase da licitação, não excluindo, porém, a exigência de apresentação dos documentos constante dos subitens 11.4.1.1 e/ou 11.4.1.2 do item 11 – DA HABILITAÇÃO, deste edital.

3.8 – Somente terá o direito de usar a palavra, rubricar a documentação e propostas, apresentar reclamações ou recursos e assinar atas, o representante legal da licitante comprovadamente constituído.

3.9 – As licitantes interessadas deverão apresentar no dia, horário e local indicado no preâmbulo do edital à Comissão de Contratação das Propostas Técnicas e de Preço exigidas neste instrumento.

3.9.1 – As PROPOSTAS TÉCNICAS deverão ser apresentadas em 03 (três) invólucros distintos, contendo em suas partes externas os seguintes dizeres:

ENVELOPE Nº 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada Sem marca ou identificação e sem lacre (fornecido pela Contratante)



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

Comissão de Contratação da Secretaria Municipal de Planejamento e Gestão

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XXX/2026

ENVELOPE N.º 2 – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

DATA DE ABERTURA: ____/____/2.026

HORÁRIO: ____:00 horas.

RAZÃO SOCIAL DO PROPONENTE:

CNPJ N.º

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

Comissão de Contratação da Secretaria Municipal de Planejamento e Gestão

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº __/2026

ENVELOPE N.º 3 – PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, O REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

DATA DE ABERTURA: ____/____/2.026

HORÁRIO: ____:00 horas.

RAZÃO SOCIAL DO PROPONENTE:

CNPJ N.º

3.9.1.1 – **No invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que tratam os subitens 6.2 e 6.3.

3.9.1.1.1 – Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

3.9.1.1.2 – Para preservar, até a abertura do invólucro nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro nº 1 não poderá:

- Ter nenhuma identificação;
- Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

3.9.1.2 – **No invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, de que trata o subitem 6.2.24.

3.9.1.3 – **No Envelope nº 3 deverá estar acondicionado a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de que tratam os subitens 6.2.26 a 6.2.45.

3.9.1.3.1 – O Envelope nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Envelope nº 2.

3.9.1.4 – Os Invólucros nº 2 e 3 deverão estar lacrados e rubricados no fecho.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

3.9.2 – **PROPOSTA DE PREÇO** deverá ser apresentada em 01 (um) invólucro distinto e lacrado e rubricado no fecho, com o subtítulo “PROPOSTA DE PREÇOS”, contendo em suas partes externas os seguintes dizeres:

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

Comissão de Contratação da Secretaria Municipal de Planejamento e Gestão

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº ____/2026.

ENVELOPE Nº 4 – PROPOSTA DE PREÇOS

DATA DE ABERTURA: ____/____/2.026 HORÁRIO: ____:00 horas.

RAZÃO SOCIAL DO PROPONENTE:

CNPJ N.º

3.9.3 – Os DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO deverão ser entregues à Comissão de Contratação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim, em 01 (um) invólucro distinto e lacrado e rubricado no fecho, com o subtítulo “DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO”, contendo em suas partes externas os seguintes dizeres:

SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO

Comissão de Contratação da Secretaria Municipal de Planejamento e Gestão

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº ____/2026

ENVELOPE Nº 5 – DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

DATA DE ABERTURA: ____/____/2.026 HORÁRIO: ____:00 horas.

RAZÃO SOCIAL DO PROPONENTE:

CNPJ N.º

3.9.3.1 – A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame.

3.9.3.2 – Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão de Contratação, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

3.9.4 – Os invólucros nº 2, 3, 4 e 5 deverão ser providenciados pela licitante e poderão ser constituídos de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que invioláveis, quanto às informações de que tratam, até sua abertura.

3.9.4.1 – **O invólucro nº 1 será padronizado (formato A3)** e fornecido previamente às licitantes pela Comissão de Contratação, Secretaria Municipal de Planejamento e Gestão, situada no endereço indicado no preâmbulo deste edital, sem nenhum tipo de identificação.

3.10 – Os documentos relativos às Propostas Técnicas e de Preços (**Invólucros nº 3 e 4**) e à Habilitação (**Invólucro nº 5**) poderão ser apresentados em original ou por qualquer processo de cópia,



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

devidamente autenticada por cartório competente, ou por membro da Comissão de Contratação, ou servidor público de outro órgão da administração, ou, ainda, por publicação em órgão de imprensa oficial.

3.10.1 – Visando a agilidade dos trabalhos licitatórios é sugerido que as licitantes que pretenderem autenticar os documentos via Comissão de Contratação, o façam até 02 (dois) dias antes da data de abertura da licitação, na Secretaria Municipal de Planejamento e Gestão, nos horários e locais previstos no preâmbulo deste edital.

3.10.2 – Para os documentos disponibilizados pela Internet e cuja autenticidade poderá ser verificada via consulta no site correspondente pela Comissão de Contratação, serão aceitas cópias simples.

3.11 – Não serão aceitas documentação e proposta via postal, telefax, protocolo e/ou similares.

3.12 – A Comissão não se responsabilizará por propostas e/ou documentos que não forem entregues diretamente à mesma no horário e data estabelecidos neste instrumento.

3.13 – Deverá ser observado a data e o horário previstos para a abertura da sessão estabelecida no preâmbulo deste edital, para recebimento dos envelopes (proposta e documentação), nenhum documento ou proposta será recebido pela Comissão, ou seja, não será permitida a participação de licitantes após o horário previsto, salvo caso fortuito ou força maior, devidamente comprovados, e a critério da Comissão de Contratação.

4. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

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

4.2 As sessões públicas serão gravadas em áudio e vídeo, observados os termos do artigo 17, §2º da Lei nº 14.133/2021.

4.2.1 – A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.1 deste Edital.

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

4.2.3 – A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão no interesse do ANUNCIANTE, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e as obrigações impostas por lei.

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

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

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

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

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

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

4.2.9 – A Comissão de Contratação poderá promover diligências, nos termos do artigo 64, da Lei Federal nº 14.133/2021.

Primeira Sessão

4.3 – A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 2.1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 5.1 deste Edital;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

4.3.1 – O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Contratação se não:

- a) Estiver identificado;
- b) Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) Estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

4.3.1.1 – Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 4.3.1, a Comissão de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

4.3.2 – A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) abrir, examinar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
- c) abrir, examinar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 3;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubricas que se fizerem necessário, os documentos constantes nos Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) registrar em ata todos os atos ocorridos nesta sessão e informar às licitantes presentes que estas serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 2.7, preferencialmente por meio do Diário Oficial do Município, com antecedência mínima de 72 (setenta e duas) horas.

4.3.2.1– A Comissão de Contratação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 4.3.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

4.3.2.2 - Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Contratação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Contratação poderá desclassificar a licitante identificada, e ficará de posse de todos os seus



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase, devendo relatar na Ata da Sessão, quaisquer ocorrências.

4.3.3 – A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, exceto a rubrica nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, salvo depois dos julgamentos e de eventuais recursos, quando a documentação será juntada aos autos do processo administrativo licitatório.

4.3.4 – Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Contratação.

4.3.5 – Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 4.3.6 e seguintes.

4.3.5.1 – Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Contratação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 2.7, preferencialmente pelo Diário Oficial do Município de Palmas/TO., abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 13.

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

- a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

4.3.7 – Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base do subitem 7.3.2 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

4.3.8 – O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

4.3.9 – As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 4.3.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

Segunda Sessão

4.4 – Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as licitantes na forma do item 2.7 deste Edital, preferencialmente por meio do Diário Oficial do Município de Palmas/TO., para participar da segunda sessão pública, com no mínimo 72 (setenta e duas) horas, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) comparar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) abrir e analisar o conteúdo dos envelopes entregues pela Subcomissão Técnica contendo as planilhas de pontuação e atas de julgamento;
- e) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- f) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- g) executar o sorteio previsto no subitem 7.6, quando for o caso;
- h) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 2.7, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 13.

4.4.1 – Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

Terceira Sessão

4.5 – Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes na forma do item 2.7 deste Edital, preferencialmente por meio do Diário Oficial do Município de Palmas/TO., para participar da terceira sessão pública, com no mínimo 72 (setenta e duas) horas, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) Apurar a nota final das licitantes utilizando a formula prevista no edital para cálculo das vencedoras do certame, conforme item 10.2 deste edital;
- f.1) verificar se as 03 (três) Agências mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica e de Preços possuem o mesmo preço e, caso alguma destas não tenham apresentado a proposta de menor preço dentre as 03 (três) licitantes vencedoras, efetuar com estas a negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 nos termos da Proposta de menor preço apresentando por uma das vencedoras, com vistas a uniformização do preço;
- f.2) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas e de Preços, até a consecução de acordo para a contratação prevista no presente certame;
- f.3) **a ausência do licitante na terceira sessão implica na sua renúncia ao eventual direito de negociar sua proposta de preços, caso seja convocado para tal.**
- g) Declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços as **03 (três)** licitantes que tenham obtido a maior NOTA FINAL na apuração da média ponderada entre a Técnica e o Preço e que tenham negociado o preço nos termos da alínea "f.1";
- h) Informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no prazo legal.

Quarta Sessão

- 4.6 – Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes na forma do item 2.7 deste Edital, preferencialmente por meio do Diário Oficial do Município de Palmas/TO., para participar da quarta sessão pública, com no mínimo 72 (setenta e duas) horas, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:
- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
 - b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
 - c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
 - d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
 - e) encerrar a sessão e informar que após análise dos documentos de habilitação pela Comissão de Contratação, que o resultado da fase habilitação será publicado na forma do item 2.7 deste Edital, preferencialmente por meio do Diário Oficial do Município de Palmas/TO., com a indicação dos

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

proponentes habilitados e inhabilitados, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no artigo 165, inciso I, alíneas “b” e “c”, da Lei Federal nº 14.133/2021.

5. DO CREDENCIAMENTO

- 5.1 – No dia, horário e local designados para a abertura da sessão pública desta Concorrência, o representante legal da licitante deverá apresentar-se para credenciamento junto a Comissão de Contratação, devidamente munido de documento que o habilite a participar deste procedimento licitatório, conforme Anexo III, respondendo por sua representada, devendo, ainda, no ato de entrega dos documentos de credenciamento, identificar-se exibindo, Cédula de Identidade ou outro documento oficial de identificação com fotografia. Sendo recomendável sua presença com 15 (quinze) minutos de antecedência em relação ao horário previsto para a sua abertura.
- 5.2 – Considera-se como representante legal qualquer pessoa habilitada pela licitante, mediante estatuto/contrato social, e/ou instrumento público ou particular de procuração (**modelo Anexo III**).
- 5.3 – O credenciamento será efetuado por meio de:
- 5.3.1 – Cópia da cédula de identidade ou outro documento oficial de identificação com fotografia do representante legal da empresa licitante (diretor, sócio, superintendente ou procurador estabelecido).
- 5.3.2 – Estatuto/contrato social, quando a pessoa credenciada for sócia, proprietária, dirigente ou assemelhada empresa licitante, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura;
- 5.3.3 – Instrumento público de procuração;
- 5.3.4 – Instrumento de mandato particular, conforme modelo apresentado no **Anexo III**, assinada pelo sócio, proprietário, dirigente ou assemelhada da empresa licitante que comprovem poderes, para que a pessoa credenciada possa manifestar-se em seu nome em qualquer fase deste Pregão, com firma reconhecida em cartório. Neste ato, será examinado por meio do contrato/estatuto social ou procuração, se o outorgante tem poderes para fazê-lo.
- 5.4 – O documento deverá dar plenos poderes ao credenciado para praticar em nome da licitante todos os atos pertinentes a esta Concorrência, podendo inclusive declarar a intenção de interpor recurso e renunciar ao direito de interposição de recursos.
- 5.5 – O credenciamento na forma disciplinada neste item e a(s) declaração (ões) a que se refere(m) o(s) item(ns) anterior(es) deverão ser entregues fora do(s) envelope(s), antes da sessão.
- 5.6 – Somente as Licitantes que atenderem aos requisitos deste(s) item(s) terão poderes para manifestar, imediata e motivadamente, e praticar todos os demais atos inerentes ao certame em nome da Proponente.
- 5.7 – Considerar-se-á como renúncia ao direito de recorrer dos atos do (a) Comissão de Contratação Licitante que se retirar antes do término da sessão deixando de assinar a ata.
- 5.8 – A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

6. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Quesitos	Subquesitos
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

6.2 – O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá observar as seguintes orientações formais:

- a) apresentação em caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 g/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 g/m², orientação retrato, ressalvada a apresentação de gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, na forma prevista neste item;
- d) margens de 2 cm à esquerda e 2 cm à direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12, admitindo-se que gráficos, quadros, tabelas ou planilhas sejam editados em cores, com fontes e tamanhos habitualmente utilizados nesses documentos, qualquer tipo de formatação de margem, mas apresentação apenas em papel A4 sem dobras;
- i) numeração de todas as páginas no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) ausência de qualquer elemento de identificação da licitante.

6.2.1 – Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista de peças publicitárias que a licitante julgar necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing ficam limitados, **em conjunto, a 10 (dez) páginas.**



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

6.2.2 – Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão conter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados em fonte Arial, com tamanho de 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridas deverão ser apresentadas em papel A4 sem dobras;
- d) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser impressas em orientação paisagem.

6.2.3 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não terão limitação quanto ao número de páginas, cabendo às licitantes observar o adequado acondicionamento da Proposta Técnica no invólucro definido no edital.

6.2.4 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a) ser editados em cores;
- b) utilizar fontes e tamanhos de fonte habitualmente empregados nesses documentos;
- c) adotar qualquer tipo de formatação de margem;
- d) ser apresentados em papel A4 sem dobras.

6.2.5 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ser impressas em orientação paisagem.

6.2.6 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus respectivos subquestos.

6.2.7 Os exemplos de peças ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, observado **o limite máximo de 12 (doze) peças publicitárias**.

6.2.8 Dentre as peças apresentadas, será obrigatória a apresentação mínima de:

- a) 01 (uma) Key Art conceitual;
- b) pelo menos 02 (dois) exemplos de peças para meio eletrônico, tais como spot, VT, carro de som ou similares;
- c) 02 (dois) exemplos de peças para mídia Out-Of-Home, tais como outdoors, busdoors, painéis, empenas ou similares;
- d) 02 (dois) exemplos de peças impressas, tais como anúncio em jornal/revista, panfleto, folder ou similares.

6.2.9 Os exemplos de peças ou materiais integrantes da Ideia Criativa poderão ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, storyboard impresso, protótipo, monstro, storyboard animado ou animatic, conforme o meio proposto, desde que não contenham qualquer elemento de identificação da licitante.

6.2.10 Os exemplos de peças ou materiais integrantes da Ideia Criativa deverão adequar-se às dimensões do invólucro padronizado que será fornecido pela Comissão de Licitação.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

6.2.11 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo à sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, desde que se ajustem às dimensões do invólucro da Proposta Técnica, podendo ser dobradas.

6.2.12 Na elaboração de monstro ou leiaute eletrônico para o meio rádio, poderão ser inseridos elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

6.2.13 Na elaboração de storyboard animado ou animatic, poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, trilha sonora, voz de personagens e locução, sendo vedada a inserção de imagens em movimento.

6.2.14 O monstro ou leiaute eletrônico e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em pen drive, em arquivos executáveis ou compatíveis com sistema operacional Windows.

6.2.15 No pen drive não poderá constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciante, admitida apenas a marca do fabricante da mídia.

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

6.2.17 Para facilitar o cotejo pelos integrantes da Subcomissão Técnica, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça apresentada, tais como cartaz, filme para TV, spot de rádio, anúncio de revista, banner de internet ou similares.

6.2.18 Para fins de cômputo das peças apresentadas como exemplos, **até o limite máximo de 12 (doze) peças publicitárias**, deverão ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada individualmente no referido limite;
- c) peça sequencial, para qualquer meio, a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet ou painéis sequenciais de mídia exterior, será considerada 01 (uma) peça, desde que o conjunto transmita mensagem única;
- d) hotsite e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) filme e hotsite que o hospede serão considerados 02 (duas) peças;
- f) banner e hotsite por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

6.2.19 Na apresentação de proposta de hotsite, não poderão ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

6.2.20 A licitante será responsável por assegurar que o conteúdo apresentado no Invólucro nº 1 não contenha qualquer elemento que permita sua identificação, direta ou indireta, sob pena de desclassificação, caso a identificação comprometa o sigilo da autoria da proposta técnica.

6.2.21 O descumprimento das regras de padronização, anonimização ou apresentação que comprometa o sigilo da autoria da proposta, a isonomia entre os licitantes ou a regularidade do julgamento técnico poderá ensejar a desclassificação da proposta, nos termos do edital.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

6.2.22 O Invólucro nº 1 não poderá conter identificação da licitante, marca, palavra, sinal, etiqueta, rubrica ou qualquer outro elemento que possibilite, direta ou indiretamente, a identificação da autoria da proposta antes da abertura do Invólucro nº 2.

6.2.23 Não será recebido o Invólucro nº 1 que estiver identificado, apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante, ou que estejam danificado ou deformado de modo a possibilitar a identificação da autoria da proposta.

6.2.24 No **Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, com o mesmo teor da via não identificada, ressalvados os exemplos de peças ou materiais referentes à Ideia Criativa, os quais não deverão constar deste invólucro, devendo conter a identificação da licitante e ser datado, assinado e rubricado por quem detenha poderes de representação, na forma de seus atos constitutivos ou de instrumento próprio de procuração.

6.2.25 O Invólucro nº 2 deverá ser apresentado lacrado, rubricado no fecho e devidamente identificado com o nome empresarial e o CNPJ da licitante, conforme forma definida no edital.

6.2.26 No **Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados os documentos referentes ao conjunto de informações da licitante**, incluindo capacidade de atendimento, portfólio, repertório, relatos de soluções de problemas de comunicação, experiência institucional, tempo de atuação no mercado publicitário como critério técnico subsidiário e demais documentos previstos neste Termo de Referência e no edital.

6.2.27 Os documentos integrantes do Invólucro nº 3 deverão ser apresentados em cadernos ou seções específicas para cada item, com identificação da licitante, datados, assinados e rubricados por quem detenha poderes de representação, na forma de seus atos constitutivos ou de instrumento próprio de procuração.

6.2.28 O Invólucro nº 3 deverá ser apresentado lacrado, rubricado no fecho e devidamente identificado com o nome empresarial e o CNPJ da licitante, conforme forma definida no edital.

6.2.28.1 A Capacidade de Atendimento deverá ser apresentada em caderno específico, com ou sem uso de cores, em formato A4, orientação retrato, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos ou de instrumento próprio de procuração.

6.2.28.2 O caderno específico da Capacidade de Atendimento não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

6.2.28.3 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante deverá apresentar, no mínimo:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido, contendo, no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição da Administração para a execução do contrato;



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

- d) sistemática operacional de atendimento na execução contratual;
- e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Administração, sem ônus adicionais, durante a vigência do contrato.

6.2.29 O Repertório deverá ser apresentado em caderno específico, com ou sem uso de cores, em formato A4, orientação retrato, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos ou de instrumento próprio de procuração.

6.2.30 O caderno específico do Repertório não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

6.2.33 As peças publicitárias deverão ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2024.

6.2.34 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, em arquivos executáveis ou compatíveis com sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas.

6.2.35 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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

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

6.2.38 As peças publicitárias apresentadas no Repertório não poderão se referir a trabalhos solicitados, aprovados ou executados para a Prefeitura Municipal de Palmas, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

6.2.39 Os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação deverão ser apresentados em caderno específico, com ou sem uso de cores, em formato A4, orientação retrato, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos ou de instrumento próprio de procuração.

6.2.40 O caderno específico dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

6.2.41 A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com, no máximo, 04 (quatro) páginas, nos quais serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes na superação de desafios de comunicação.

6.2.42 Cada Relato de Solução de Problema de Comunicação deverá:

- a) ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- b) conter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- c) não se referir a ações publicitárias solicitadas, aprovadas ou executadas para a Prefeitura Municipal de Palmas, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- d) estar formalmente referendado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

6.2.43 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio Relato, devendo constar o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo ou função e sua assinatura.

6.2.44 Os Relatos deverão se referir a soluções implementadas a partir de 1º de janeiro de 2024.

6.2.45 Será permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias em cada Relato, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça, observadas as seguintes regras:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, em arquivos executáveis ou compatíveis com sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas;
- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4, ou ser apresentadas soltas, também em formato, A4 com preservação da capacidade de leitura e indicadas suas dimensões originais;
- c) para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

6.2.46 Os quesitos e subquesitos que compõem a proposta técnica, os atributos a serem considerados no julgamento e os respectivos parâmetros de pontuação serão definidos no Termo de Referência, sem prejuízo do detalhamento procedimental no edital.

6.2.47 O Município, por meio da Secretaria Municipal de Comunicação, mediante justificativa técnica, poderá propor, durante a elaboração do edital, a alteração, retirada ou acréscimo de quesitos, subquesitos, atributos ou parâmetros de pontuação previstos neste Termo de Referência, desde que preservada a compatibilidade com o objeto da contratação, com o briefing e com a Lei Federal nº 12.232/2010.

6.2.48 Os exemplos de peças ou materiais integrantes da ideia criativa poderão ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, storyboard impresso, protótipo, monstro, storyboard animado ou animatic, conforme o meio proposto e as condições estabelecidas no edital.

6.2.49 Os exemplos de peças ou materiais integrantes da ideia criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, em formato compatível com o invólucro padronizado fornecido pelo Município.

6.2.50 A Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá contemplar todas as peças publicitárias integrantes da relação prevista pela licitante como necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

- 6.2.51 O plano de mídia proposto deverá apresentar resumo geral contendo, no mínimo:
- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
 - b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
 - c) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
 - d) os valores absolutos e percentuais alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
 - e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia
 - f) os valores absolutos e percentuais alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
 - g) os valores absolutos e percentuais alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia;
 - h) os valores absolutos e percentuais alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.
- 6.2.52 Na simulação da Estratégia de Mídia e Não Mídia:
- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão corresponder aos valores de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
 - b) poderão ser incluídos veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços, inclusive novas mídias e plataformas digitais;
 - c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
 - d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

7. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

- 7.1 – A Subcomissão Técnica prevista no subitem 12.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.
- 7.2 – Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:
- 7.2.1 – Plano de Comunicação Publicitária
- 7.2.1.1 – Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:
- a) das funções e do papel do ANUNCIANTE nos contextos social, político e econômico;
 - b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do ANUNCIANTE com seus públicos;
 - c) das características do ANUNCIANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
 - d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
 - e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo ANUNCIANTE;



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

f) das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).

7.2.1.2 – Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do ANUNCIANTE e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do ANUNCIANTE com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do ANUNCIANTE;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no *Briefing* e a verba disponível.

7.2.1.3 – Ideia Criativa

- a) a relação de coerência e consequência com que estiver proposto nos itens Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação;
- b) sua pertinência às atividades do ANUNCIANTE e às suas inserções na sociedade;
- c) a qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas;
- d) a qualidade e simplicidade da ideia criativa e a inventividade no uso das mídias;
- e) a exequibilidade das peças; e,
- f) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

7.2.1.4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) Raciocínio estratégico e tático;
- b) Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos;
- c) criatividade e conhecimento demonstrado na definição da estratégia e na escolha dos meios;
- d) pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas;
- e) coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens do Plano de Comunicação.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

7.2.2 – Capacidade de Atendimento

- o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;
- a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- a operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta;
- a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

7.2.3 – Repertório

- a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- a clareza da exposição das informações prestadas;

7.2.4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a evidência de planejamento publicitário;
- a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- a relevância dos resultados apresentados;
- a concatenação lógica da exposição.

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

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

a) Plano de Comunicação Publicitária: **60 (sessenta) pontos**

a1) **Raciocínio Básico: 10 (dez) pontos**

QUESITOS	PONTUAÇÃO
a) funções e papel do anunciante nos contextos social, político e econômico	0 a 2 pontos
b) natureza, extensão e qualidade das relações do anunciante com seus públicos	0 a 1 ponto
c) características do anunciante e de suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária	0 a 1 ponto
d) natureza e extensão do objeto da licitação	0 a 1 ponto
e) desafio ou problema de comunicação, geral ou	0 a 2 pontos



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

específico, a ser enfrentado pela Administração	
f) necessidades de comunicação da Administração para enfrentar o desafio ou problema apresentado	0 a 3 pontos

a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte) pontos

QUESITOS
a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
a) adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do anunciante e a seus desafios ou problemas de comunicação	0 a 4 pontos
b) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	0 a 2 pontos
c) riqueza dos desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do anunciante com seus públicos	0 a 3 pontos
d) adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio ou problema de comunicação do Município;	0 a 4 pontos
e) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	0 a 2 pontos
f) capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas, seus públicos, seus objetivos e a verba disponível	0 a 5 pontos

a3) Ideia Criativa: 15 (quinze) pontos

QUESITOS	PONTUAÇÃO
a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do Município;	0 a 2 pontos
b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;	0 a 1 ponto
c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;	0 a 2 pontos
d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	0 a 1 ponto
e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	0 a 2 pontos
f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	0 a 1 ponto
g) sua pertinência às atividades do Município e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;	0 a 2 pontos
h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;	0 a 1 ponto



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

i) a exequibilidade das peças e ou do material;	0 a 1 ponto
j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.	0 a 2 pontos

a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze) pontos

QUESITOS	PONTUAÇÃO
a) Apresentação em que 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 da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;	0 a 2 pontos
b) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.	0 a 2 pontos
c) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	0 a 3 pontos
d) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	0 a 2 pontos
e) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;	0 a 1 ponto
f) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Município, se indicados no Briefing;	0 a 2 pontos
g) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;	0 a 1 ponto
h) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	0 a 2 pontos

b) Capacidade de Atendimento: 20 (vinte) pontos

QUESITOS
a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido, no mínimo, nome, formação e experiência, dos profissionais que poderão ser colocados 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;
c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
d) A sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;	0 a 7 pontos
b) a experiência dos profissionais da licitante em	0 a 4 pontos



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

atividades publicitárias;	
c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária;	0 a 5 pontos
d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.	0 a 4 pontos

c) Repertório: 10 (dez) pontos

QUESITOS	PONTUAÇÃO
a) ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver	0 a 4 pontos
b) qualidade da execução e do acabamento da peça ou material	0 a 3 pontos
c) clareza da exposição das informações prestadas	0 a 3 pontos

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez) pontos

QUESITOS	PONTUAÇÃO
a) evidência de planejamento publicitário	0 a 2 pontos
b) consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	0 a 3 pontos
c) relevância dos resultados apresentados	0 a 3 pontos
d) concatenação lógica da exposição	0 a 2 pontos

7.3.2 – Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo:

I – Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta, rubrica ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada antes da abertura do Invólucro nº 2;

II – Será desclassificada a Proposta Técnica que não obtiver, na soma total das notas, no mínimo 75 (setenta e cinco) pontos, sendo exigida, ainda, pontuação mínima de 50 (cinquenta) pontos no Plano de Comunicação Publicitária e pontuação mínima de 25 (vinte e cinco) pontos na soma dos quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

III – Obter pontuação zero em qualquer dos quesitos ou subquesitos previstos neste Termo de Referência e no edital.

7.3.3 Na hipótese prevista no inciso I do subitem anterior, a Subcomissão Técnica deverá registrar em ata o fato, indicando o elemento concreto que possibilitou a identificação indevida da autoria da proposta.

7.3.4 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Termo de Referência ou do edital, a depender da gravidade da ocorrência e desde que a falha comprometa a lisura, a isonomia, o sigilo da autoria, a validade da proposta ou o caráter competitivo do certame.

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



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

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

7.3.4.2 – Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, 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 ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

7.3.5 – Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 4.3 ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação, para o qual serão convidadas todas as licitantes, por meio do Diário Oficial do Município de Palmas/TO.

8. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1– A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 8.2 e 8.3;
- c) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 8.2 e 8.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.2 – A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo VI.

8.3 – Declaração de condições comerciais, direitos autorais, honorários, descontos, repasses e demais compromissos assumidos pela licitante.

8.4 - A Declaração deverá contemplar, no mínimo:

- a) Os percentuais máximos a serem pagos pela Administração aos detentores de direitos patrimoniais sobre obras protegidas pelo direito autoral ou conexo, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;
- b) Os percentuais máximos a serem pagos pela Administração aos detentores de direitos patrimoniais sobre obras consagradas incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado;
- c) O compromisso de envidar esforços para obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, transferindo à Administração as vantagens obtidas, quando for o caso;
- d) A ciência e concordância com as disposições relativas a direitos autorais, remuneração, honorários, descontos, repasses e demais condições previstas no edital, neste Termo de Referência e no contrato.

8.3 – Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

9. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1 – As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos:

9.2 – Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta, que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços ou se o valor apresentado na proposta estiver muito abaixo dos preços previstos na tabela de Preços da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO nos termos do artigo 59, inciso III da Lei nº 14.133/2021;

9.3 – Nos termos do art. 6º, inciso V, da Lei Federal nº 12.232/2010, os quesitos a serem valorados são os integrantes do ANEXO I — PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO, constante do modelo de Proposta de Preço anexo ao Estudo Técnico Preliminar e ao Termo de Referência, não sendo aceitos valores inferiores aos seguintes limites:

ITEM	DESCRIÇÃO RESUMIDA	MÉDIA FINAL
1	Percentual de desconto a ser concedido ao anunciante sobre os custos internos dos serviços executados pela agência, com base na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Tocantins — SINAPRO/TO ou tabela equivalentes.	45%
2	Percentual de honorários incidentes sobre os preços 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;	8%
3	Percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, inclusive em consonância com novas tecnologias;	9%
4	Percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários.	9%

9.3.1 – Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação considerará o preço por extenso.

9.3.2 - O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de 90 dias corridos, contados de sua apresentação.

9.4 – A nota da Proposta de Preços será apurada conforme descrito no item 11.11 do Termo de Referência – ANEXO I deste edital.

10. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

10.1 – O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo Técnica e Preço e no item 11.12 do Termo de Referência – ANEXO I deste edital.

10.2 – A Pontuação Final – PF de cada licitante será obtida pela aplicação da seguinte fórmula, utilizando-se duas casas decimais:

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

$$PF = (IT \times PT) + (IP \times PP)$$

Em que:

PF = Pontuação Final;

IT = Índice Técnico;

PT = Peso Técnico, correspondente a 60%;

IP = Índice de Preços;

PP = Peso de Preços, correspondente a 40%.

10.3 – Serão vencedoras da concorrência as 3 (três) licitantes que mantenham as condições de participação estabelecidas no edital e que:

- a) Tenham obtido a maior Pontuação Final – PF, nos termos deste Termo de Referência e do edital;
- b) Tenham sido habilitadas, observadas as disposições do edital.

10.3.1 Em caso de empate na Pontuação Final – PF, serão aplicados os critérios de desempate previstos no edital, observada a legislação aplicável. Quando o empate impossibilitar a identificação da licitante mais bem classificada, terá preferência, sucessivamente, a licitante que obtiver maior Índice Técnico – IT, maior Pontuação Técnica da Licitante – PTL, maior pontuação no Plano de Comunicação Publicitária, maior pontuação em Capacidade de Atendimento, maior pontuação em Repertório e maior pontuação em Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

10.3.2 Persistindo o empate após a aplicação dos critérios previstos no subitem anterior, a decisão será feita por sorteio, em sessão pública ou ato público designado pela Comissão responsável pela licitação, com prévia divulgação na forma prevista no edital.

11. DA HABILITAÇÃO (Envelope nº 5 – Documentação)

11.1 – A Comissão de Contratação convocará as licitantes declaradas vencedoras do julgamento final das fases Proposta Técnica e Proposta de Preço para apresentar os Documentos de Habilitação a fim de atender ao disposto neste item, e julgará habilitadas caso atendam integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

11.2 – Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues em invólucro individual (Invólucro nº 5), devidamente fechado, contendo os documentos elencados a seguir:

11.3.1 – RELATIVAMENTE À HABILITAÇÃO JURÍDICA:

11.3.1.1 – Cópia da cédula de identidade do representante legal (diretor, sócio ou superintendente) da empresa ou firma licitante, caso não haja procurador legalmente constituído, nos termos do subitem seguinte.

11.3.1.2 – Mandato procuratório com firma reconhecida em cartório, acompanhada de cópia da cédula de identidade do outorgado caso o responsável pela proponente seja procurador legalmente constituído, em caso de substabelecimento também deverá estar qualificado, identificado e com firma reconhecida em cartório. O atendimento a este subitem suprime a exigência do item 11.4.1.1, e vice-versa;

11.3.1.3 – Registro comercial, para empresa individual;



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

11.3.1.4 – Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, para as sociedades empresariais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado dos documentos comprobatórios de eleição de seus administradores ou a publicação no Diário Oficial do Município de Palmas/TO dos referidos documentos;

11.3.1.5 – Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova do registro de ata de eleição da diretoria em exercício (Registro Civil das pessoas Jurídicas) de investidura ou nomeação da diretoria em exercício;

11.3.1.6 – Decreto de autorização, devidamente publicado, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

11.3.1.7 – Certidão ou Declaração expedida pela Junta Comercial ou instituição congênere, comprovando a condição de microempresa ou empresa de pequeno porte, com data de emissão não superior a 90 (noventa) dias consecutivos de antecedência da data prevista para apresentação das propostas.

11.3.2 – RELATIVAMENTE À REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA:

11.3.2.1 – Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);

11.3.2.2 - Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;

11.3.2.3 – Prova de Regularidade perante as Fazendas Pública Federal, com jurisdição sobre o local da sede da licitante;

11.3.2.4 – Prova de Regularidade Fiscal perante as Fazendas Pública do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

11.3.2.5 – Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

11.3.2.6 – Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho;

11.3.2.7 - Carta de Apresentação da documentação da licitante, assinada por diretor, sócio ou representante da empresa licitante com poderes para tal investidura devidamente comprovada, contendo informações e declarações conforme ANEXO V deste edital;

11.3.3 – RELATIVAMENTE À QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO -FINANCEIRA:

11.3.3.1 – **Certidão negativa de feitos sobre falência** expedida pelo distribuidor da sede do licitante.

a1) Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

11.3.3.2 – **Balanco Patrimonial e Demonstrações Contábeis dos últimos 02 (dois) anos de exercício, já exigíveis na forma da lei**, que comprove a boa situação financeira da proponente, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

quando encerrado a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação, a saber:

- Sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, ou em instituição congênere com a mesma finalidade, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (artigo 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1.969);

- Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1.976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante, ou em instituição congênere com a mesma finalidade, e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/1.976);

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

11.3.3.2.1 - As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e ficarão autorizadas a substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura.

11.3.3.2.2 – Comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

- a) Do balanço referido no subitem 11.3.3.2.1, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

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

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

- b) Do balanço referido no subitem 11.3.3.2.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

Para fins contábeis são expressões sinônimas “exigível a longo prazo” e “passivo não-circulante”.

11.3.3.2.3 - Os índices de que tratam as alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 11.3.3.2.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

11.3.3.2.4 – A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea ‘a’, ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea ‘b’, todos do subitem 11.3.3.2.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico- Financeira deverá incluir no Invólucro nº 05 comprovantes de que possui patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor estimado desta contratação.

11.3.4 – RELATIVAMENTE À QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

11.3.4.1 – Apresentar atestado(s) de capacidade técnica, que comprove já haver a licitante, prestado os serviços pertinentes ao objeto desta licitação, emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado;

11.3.4.2 – Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei Federal nº 12.232/2.010, artigo 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

11.3.4.3 – Declaração de Elaboração Independente de Proposta, conforme ANEXO IV deste edital;

11.3.4.4 – Quando da apresentação da documentação se a licitante for a matriz, todos os documentos deverão ser apresentados em nome e com CNPJ da matriz;

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

11.4 – Não serão aceitos pela comissão “protocolos de entrega” ou “solicitação de documento” em substituição aos documentos requeridos no presente Edital e seus Anexos;

11.5 – De toda documentação apresentada em fotocópia autenticada, suscitando dúvidas, poderá ser solicitado o original para conferência, no prazo de 24 (vinte quatro) horas, registrando-se em ata tal ocorrência.

11.6 – Também motivará a inabilitação para os atos subseqüentes da licitação, falta de comprovação do ramo de atividade comercial vinculado aos objetos/serviços descritos nos Anexos constantes deste edital.

11.7 – Será considerado como válido, pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, documento e/ou certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

12. DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

12.1 – Esta concorrência será processada e julgada por Comissão de Contratação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas que será de competência da Subcomissão Técnica.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

12.2 – As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

12.2.1 – 01 (um) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o ANUNCIANTE.

12.3 – A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) participantes, previamente cadastrados pelo ANUNCIANTE.

12.3.1 – A relação dos nomes referidos no subitem 12.3 deste Edital será publicada pela Comissão de Contratação no Diário Oficial do Município de Palmas/TO., juntamente com a data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio, a sessão deverá ocorrer 10 (dez) dias após a publicação.

12.3.2 – 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 o ANUNCIANTE, nos termos dos subitens 12.2.1 e 12.3.

12.3.3 – A relação prevista no subitem 12.3 deste Edital conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o ANUNCIANTE.

12.3.4 – Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 12.3, mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão.

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

12.3.6 – A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 12.

12.3.6.1 – Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos, depois da impugnação, restar inferior ao mínimo exigido no subitem 12.3.

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

12.3.7 – A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, e publicada no Diário Oficial do Município de Palmas/TO., garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 12.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

13. DA IMPUGNAÇÃO DO ATO CONVOCATÓRIO E DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1 – Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar o Edital de Licitação por irregularidade, devendo protocolar o pedido presencialmente ou através do endereço eletrônico compraslicitacoes@palmas.to.gov.br, até 03 (três) dias úteis antes da data fixada para abertura das Propostas Técnicas e de Preços, devendo a Administração julgar e responder a impugnação, nos termos do artigo 164 da Lei Federal nº 14.133/2021.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

13.2 – Acolhido o pedido de impugnação contra o ato convocatório, será designada nova data para a realização do certame, com publicação no Diário Oficial do Município de Palmas/TO., caso a alteração implique na formulação da proposta.

13.3 – Todos quantos participarem desta licitação têm o direito público subjetivo à observância do pertinente procedimento, nos termos deste edital, da Lei Federal nº 13.232/2.010, da Lei Federal nº 14.133/2.021, e demais normas pertinentes.

13.4 – Decairá do direito de impugnar, perante a administração, os termos deste edital de licitação aquele que, o tendo aceitado sem objeção, vier a apontar, depois da abertura dos trabalhos licitatórios, falhas ou irregularidades que o viciarem, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

13.5 – Dos atos decorrentes da execução deste Edital cabem recursos nos casos e forma determinados pelos artigos 164 e seguintes, da Lei Federal nº 14.133/2.021.

13.6 - O recurso será interposto por escrito no prazo de 03 (três) dias úteis, artigos 164 e 165 da Lei Federal nº 14.133/2.021, a contar da intimação do ato ou lavratura da ata e protocolo do junto à Comissão de Contratação.

13.7 – Interposto o recurso, será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 03 (três) dias úteis, por meio de publicação no Diário Oficial do Município de Palmas/TO., conforme o § 4º do artigo 165 da Lei Federal nº 14.133/2.021.

13.8 - O recurso será dirigido à autoridade superior por intermédio da Comissão de Contratação, o qual poderá reconsiderar sua decisão em até 03 (três) dias úteis, contados do término do prazo concedido às demais licitantes para oferecimento de possíveis contra razões, de que trata o item anterior, ou nesse mesmo prazo, fazê-lo subir devidamente informados, nos termos do § 2º do artigo 165 da Lei Federal nº 14.133/2.021.

13.9 - Subindo o recurso, a autoridade superior proferirá a sua decisão no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados do recebimento do recurso, proveniente da Comissão de Contratação, consoante o § 2º do artigo 165 da Lei Federal nº 14.133/2.021.

13.10 – Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal, precluso, subscrito por representante não habilitado legalmente, ou não identificado no processo como representante da licitante.

13.11 - Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a ser indicados, junto a Comissão de Contratação.

13.12 – Os recursos e pedidos de reconsideração terão efeito suspensivo até decisão final da autoridade competente, conforme artigo 168 da Lei Federal nº 14.133/2.021.

14. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

14.1 – As despesas decorrentes à execução dos serviços objeto deste Termo, para os primeiros 12 (doze) meses estão estimadas em R\$ 25.625.000 (vinte e cinco milhões, seiscentos e vinte e cinco mil reais).

14.2 – O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2026 estará consignado na Lei Orçamentária Anual de 2026 do Poder Executivo do Município de Palmas/TO, nas classificações orçamentárias indicadas no item 13 do Termo de Referência anexo a este edital.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

14.2.1 – Para os próximos exercícios serão consignadas no Orçamento do município de Palmas/TO., as dotações orçamentárias específicas para o atendimento desta contratação.

14.3 – Se o ANUNCIANTE optar pela prorrogação dos contratos que vierem a ser assinados, serão consignados no Orçamento dos próximos exercícios, as dotações específicas ao atendimento do referido contrato.

14.4 – O ANUNCIANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

15. DA HOMOLOGAÇÃO / ADJUDICAÇÃO

15.1 – Transcorrido o prazo recursal e decididos os recursos eventualmente interpostos, o processo licitatório será submetido à apreciação da autoridade competente, para homologação e adjudicação do objeto às licitantes vencedoras, convocando-se após, as agências respectivas para firmarem as obrigações assumidas mediante contrato, dando-lhe a devida publicação, observado o disposto no item 2.7 deste Edital, preferencialmente por meio do Diário Oficial do Município de Palmas/TO.

16. DO CONTRATO / EXECUÇÃO / GARANTIA

16.1 – A licitante vencedora terá o prazo de até 03 (três) dias úteis, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo II, e de até 30 (trinta) dias para apresentar a garantia prevista no subitem 16.13 deste Edital e anexos, podendo este prazo, ser prorrogado por igual período a critério da Administração.

16.1.1 – Se a(s) licitante(s) vencedora(s) não cumprir(em) com os prazos estipulados no subitem 16.1, para assinar o respectivo contrato e apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar os contratos em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente das cominações previstas em lei, e o previsto no § 5º, do artigo 90, da Lei Federal nº 14.133/2.021.

16.2 – O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogados nos termos da Cláusula Terceira da minuta de contrato (Anexo II).

16.3 – O ANUNCIANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da minuta de contrato (Anexo II).

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

16.5 – Obrigam-se também a CONTRATADA por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhes venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e dos contratos que vierem a ser assinados.

16.6 - A CONTRATADA, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos ao ANUNCIANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam.

16.7 – A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome do ANUNCIANTE, se houver expressa autorização deste.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

16.8 – É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente concorrência para qualquer operação financeira.

16.9 – A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º, e seu § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2.010.

16.10 – O ANUNCIANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela contratada, nos termos do subitem 7.10 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo II).

16.11 – A contratada centralizará o comando da publicidade do ANUNCIANTE em Palmas/TO., onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial, observado o disposto no subitem 5.1.2 e 5.1.2.1 da Cláusula Quinta da minuta de contrato (Anexo II).

16.12 – Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela respectiva licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e, quando for o caso, a Proposta de Preços com ela negociada.

16.13 – O MUNICÍPIO DE PALMAS/TO exigirá de cada agência contratada, prestação de garantia de **1 % (um por cento)** do valor inicial do contrato, que deverá ser apresentada pela contratada em até 30 (trinta) dias após a assinatura deste contrato, ficando facultado ao ADJUDICATÁRIO optar por uma das seguintes modalidades:

- a) caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública;
- b) seguro-garantia;
- c) fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil;
- d) título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

17. DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO

17.1 – O ANUNCIANTE nomeará gestores titulares e suplentes para executar a fiscalização do contrato resultante desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo II).

18. DO ACRÉSCIMO E DA SUPRESSÃO DE SERVIÇOS

18.1 – Os serviços poderão ser acrescidos ou suprimidos, a critério da CONTRATANTE, nas mesmas condições contratuais, nos limites estabelecidos artigo 125, da Lei Federal nº 14.133/2021.

19. DO PAGAMENTO

19.1 – A remuneração à Contratada pelos serviços prestados será feita nos termos da Cláusula Oitava e Nona do Contrato, consoante os preços estabelecidos em suas Propostas de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no subitem 4.4, alíneas 'f' e 'g', deste Edital.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

19.2 – A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta do Contrato (Anexo II).

20. DAS PENALIDADES

20.1 – Será aplicada às licitantes vencedoras multa compensatória de 1% (Um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 14.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei Federal nº 14.133/2.021, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação, a ponto de inviabilizar a contratação.

20.1.1 - O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 16.1.1.

20.2 – O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas contratadas, sem justificativa aceita pelo ANUNCIANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e nos contratos a serem firmados entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato (Anexo II).

20.3 – Nenhuma penalidade será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

21. FRAUDE E CORRUPÇÃO

21.1 – As licitantes deverão observar os mais altos padrões éticos durante o processo licitatório e a execução do objeto, responsabilizando-se pela veracidade das informações e documentações apresentadas no processo, estando sujeitas às sanções previstas na legislação brasileira.

22. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

22.1 – Fica assegurado à Autoridade competente o direito de:

22.1.1 – Adiar a data de abertura da presente Licitação, dando publicidade aos atos mediante publicação na imprensa oficial e jornal de grande circulação no Estado, antes da data inicialmente marcada, ou em ocasiões supervenientes ou de caso fortuito.

22.1.2 – Revogar esta licitação, por intermédio da autoridade competente, por razões de interesse público derivado de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta e anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de qualquer pessoa, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, sem que caiba direito de qualquer indenização.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

22.1.3 – Alterar as condições deste Edital, fixando novo prazo, para a abertura das propostas, a contar da publicação das modificações, nos termos do § 1º, artigo 55, da Lei Federal nº 14.133/2021.

22.1.4 – Inabilitar a licitante, até a assinatura da nota de empenho e/ou outro documento equivalente, por despacho fundamentado, sem direito a indenização ou ressarcimento e sem prejuízo de outras sanções cabíveis, se vier a ter conhecimento de fato ou circunstância anterior ou posterior ao julgamento da licitação que desabone a habilitação jurídica, as qualificações técnica e econômico-financeira e a regularidade jurídica e fiscal da licitante.

22.2 – Os serviços deverão ser prestados rigorosamente dentro das especificações estabelecidas neste Edital e seus Anexos, sendo que a inobservância desta condição implicará recusa, com a aplicação das penalidades contratuais.

22.3 – Considerando o disposto no art. 195, § 3º, da Constituição Federal de 1.988 e no artigo 2º da Lei Federal nº 9.012/1.995, obrigar-se-á a licitante, caso declarada vencedora, mediante solicitação por parte da administração, a atualizar a Certidão Negativa de Débitos (CND) e o Certificado de Regularidade do FGTS (CRF) ou do documento denominado “Situação de Regularidade do Empregador”, que deverão estar em plena validade no ato da adjudicação e quando da emissão da Nota de Empenho, caso as Certidões apresentadas na fase de habilitação tenham sua validade expirada durante a tramitação do certame licitatório.

22.3.1 – Ainda deverão ser apresentadas as Certidões relativas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e o Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), conforme e nos termos do § 4º, do artigo 91, da Lei Federal nº 14.133/2021.

22.4 – O presente Edital e seus Anexos, bem como a proposta do licitante vencedor, farão parte integrante do Contrato e/ou outro documento equivalente, independentemente de transcrição.

22.5 – As normas que disciplinam esta Licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre as empresas interessadas, sem comprometimento com a segurança do futuro contrato.

22.6 – Aos casos omissos, aplicarão as demais disposições da Lei Federal nº 14.133/2021, e demais normas pertinentes.

22.7 – A participação nesta Licitação implicará aceitação integral e irretratável das normas do Edital e seus Anexos, bem como a observância dos preceitos legais e regulamentares, ressalvados o direito de impugnação e recurso.

22.8 – É facultada à Comissão de Contratação, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitação, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

22.8.1 – A Comissão de Contratação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

22.9 – A Comissão de Contratação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

22.10 – A Comissão poderá inabilitar ou desclassificar a licitante vencedora, até a assinatura do contrato, por despacho fundamentado, sem direito a indenização ou ressarcimento e sem prejuízo de outras sanções cabíveis, se vier a ter conhecimento de fato ou circunstância anterior ou posterior ao julgamento final da licitação que desabone a habilitação jurídica, as qualificações técnica e econômico-financeira e



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

a regularidade fiscal do licitante. Neste caso, a Comissão convocará os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, restabelecendo a sessão nos termos do item 11.2.

22.11 – Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à ANUNCIANTE.

22.12 – É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

22.13 – Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o ANUNCIANTE comunicará os fatos verificados ao Ministério Público, para as providências devidas.

22.14 – É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme previsto na legislação brasileira.

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

22.16 – Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

22.17 – A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, nos termos do artigo 148 da Lei Federal nº 14.133/2021, sem prejuízo do disposto no artigo 148 da Lei Federal nº 14.133/2021.

22.18 – O ANUNCIANTE poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir os respectivos contratos, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados às contratadas o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

22.19 – Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão de Contratação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

22.20 – As proponentes serão responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.

22.21 – O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento da licitante, desde que seja possível a aferição da sua qualificação e a exata compreensão da sua proposta durante a realização da sessão pública de licitação.

22.22 – Qualquer pedido de esclarecimento em relação a eventuais dúvidas na interpretação do presente Edital e seus anexos deverá ser encaminhado por escrito à Comissão de Contratação, enviados ao endereço constante no preâmbulo deste edital, ou através de e-mail: compraslicitacoes@palmas.to.gov.br, até 03 (três) dias úteis antes da data da abertura do certame.

22.23 – Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, através do e-mail compraslicitacoes@palmas.to.gov.br, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

22.24 – A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1), a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

22.25 – Às licitantes interessadas cabem acessar assiduamente o Diário Oficial do Município de Palmas/TO, bem como no e-mail compraslicitacoes@palmas.to.gov.br para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a esta licitação, pelo qual não poderão alegar desconhecimento.

22.26 – No caso de ausência de solicitação de esclarecimentos pressupõe-se que os elementos constantes deste ato convocatório são suficientes, claros e precisos, não cabendo, portanto, qualquer reclamação posterior.

22.27 – É de responsabilidade da licitante o acompanhamento do edital através do Diário Oficial do Município de Palmas/TO., bem como no e-mail compraslicitacoes@palmas.to.gov.br, até a data da realização da sessão pública de abertura dos invólucros e demais atos até a finalização do procedimento licitatório.

22.28 – Quando a empresa participante for Microempresa - ME ou Empresa de Pequeno Porte - EPP serão observado o disposto na Lei Complementar 123/2006, no que for aplicável.

23. DO FORO

23.1 – Para dirimir as questões oriundas do presente Edital e não resolvidas na esfera administrativa, é competente o Foro da Comarca de Palmas/TO, por mais privilegiado que outro seja.

Palmas, data do sistema.

(assinado eletronicamente)
Déborah de Miranda Lôbo
Secretária Municipal de Comunicação



**CONCORRÊNCIA Nº 011/2026
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA**

TERMO DE REFERÊNCIA – BENS/SERVIÇOS	
1. IDENTIFICAÇÃO DO ÓRGÃO E DA UNIDADE DEMANDANTE E DO RESPONSÁVEL	
1.1 Secretaria Municipal de Comunicação de Palmas/TO, Déborah de Miranda Lôbo, Secretária Municipal de Comunicação.	
2. DEFINIÇÃO DO OBJETO	
2.1 A Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM, órgão central responsável pela coordenação das ações de comunicação institucional da Prefeitura de Palmas, exerce papel estratégico na divulgação dos atos administrativos, campanhas educativas, programas governamentais, políticas públicas e demais ações do Poder Executivo Municipal, em observância ao princípio da publicidade previsto no art. 37 da Constituição Federal de 1988. 2.2 Constitui objeto deste Termo de Referência a contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada e contínua, destinadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias institucionais aos veículos e demais meios de divulgação, para atendimento das necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação de Palmas/TO e dos órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal. 2.3 A contratação tem por finalidade atender às necessidades institucionais de comunicação do Município, promovendo a divulgação de informações de interesse público, campanhas educativas, institucionais, informativas e de utilidade pública, garantindo ampla transparência das ações governamentais e fortalecimento da comunicação entre a Administração Pública e a sociedade. 2.4 Integram o objeto, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o público-alvo, os meios de divulgação e os resultados das campanhas realizadas; à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários de mídia e não mídia; e à criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, desde que vinculadas ao objeto da contratação. 2.5 Os serviços objeto deste Termo de Referência não abrangem assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, promoção, patrocínio ou realização de eventos festivos de qualquer natureza, os quais deverão ser contratados por procedimentos próprios, quando necessários. 2.6 Para a prestação dos serviços, serão contratadas 3 (três) agências de propaganda, doravante denominadas licitantes, agências ou contratadas, observada a justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar e as condições previstas neste instrumento, no edital e no contrato. 2.7 Considerando a contratação de 3 (três) agências de propaganda, a execução das ações publicitárias observará procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela Administração e publicada na imprensa oficial, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.	
3. NATUREZA DO OBJETO, VIGÊNCIA DO CONTRATO E POSSIBILIDADE DE RENOVAÇÃO	
3.1 A presente contratação não se enquadra como serviço comum, nos termos do art. 6º, inciso XIII, da Lei Federal nº 14.133/2021, uma vez que os serviços de publicidade não podem ser definidos apenas por especificações usuais de mercado, diante de sua natureza técnica, intelectual, estratégica e criativa.	

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

3.2 Os serviços de publicidade possuem disciplina específica na Lei Federal nº 12.232/2010, que estabelece normas gerais sobre licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

3.3 A contratação será regida pela Lei Federal nº 12.232/2010, por se tratar de norma especial aplicável aos serviços de publicidade, com aplicação complementar da Lei Federal nº 4.680/1965, bem como aplicação subsidiária da Lei Federal nº 14.133/2021, no que couber.

3.4 Também deverão ser observadas, quando aplicáveis, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP ou de entidade equivalente legalmente reconhecida, os Decretos Municipais nº 2.460/2023 e nº 2.461/2023 e demais normas regulamentares aplicáveis à matéria.

3.5 A contratação será realizada mediante licitação na **modalidade concorrência**, com **critério de julgamento técnica e preço**, nos termos do art. 5º da Lei Federal nº 12.232/2010.

3.6 O contrato terá vigência inicial de 12 (doze) meses, contados a partir da assinatura, podendo ser prorrogado sucessivamente, nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021, mediante interesse da Administração, disponibilidade orçamentária, regular execução contratual e comprovação da vantajosidade da contratação.

3.7 As condições de vigência, prorrogação, alteração e encerramento contratual serão formalmente definidas no instrumento contratual, assegurando segurança jurídica, continuidade dos serviços e atendimento ao interesse público.

4. QUANTITATIVOS E ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO (Obrigatório)

4.1 O presente quadro possui caráter meramente referencial e tem por finalidade indicar as principais categorias de demandas publicitárias que poderão ser solicitadas durante a execução contratual. As descrições abaixo não constituem itens autônomos de contratação, tampouco representam obrigação de execução mínima, uma vez que os serviços serão executados sob demanda, conforme as necessidades da Administração, mediante solicitação formal, aprovação prévia e autorização específica.

NATUREZA REFERENCIAL DAS DEMANDAS PUBLICITÁRIAS

CATEGORIA REFERENCIAL	DESCRIÇÃO DA DEMANDA	FORMA DE EXECUÇÃO
Campanhas institucionais	Planejamento, criação e desenvolvimento de campanhas voltadas à divulgação de atos, programas, serviços e políticas públicas municipais	Sob demanda
Campanhas de utilidade pública	Desenvolvimento de campanhas educativas, informativas ou orientativas de interesse coletivo, incluindo saúde, trânsito, turismo, cidadania, meio ambiente e serviços públicos	Sob demanda
Peças publicitárias impressas	Criação e desenvolvimento de folders, cartazes, outdoors, painéis, banners, anúncios e demais materiais gráficos vinculados às campanhas aprovadas	Sob demanda
Peças audiovisuais	Roteirização, criação, direção, captação, edição e finalização de vídeos institucionais ou	Sob demanda

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

	publicitários em formatos variados	
Peças sonoras	Criação, gravação e edição de spots, jingles, vinhetas e demais peças de áudio vinculadas às ações publicitárias	Sob demanda
Planos de mídia e veiculação	Elaboração de planos de mídia, negociação, intermediação, distribuição, acompanhamento e comprovação das veiculações	Sob demanda, conforme plano de mídia aprovado
Soluções inovadoras de comunicação publicitária	Desenvolvimento de formatos, estratégias e soluções contemporâneas de comunicação publicitária, inclusive em meios digitais	Sob demanda
Pesquisas, estudos e mensuração	Estudos, diagnósticos, pesquisas de opinião, levantamentos e avaliações relacionados ao planejamento ou à mensuração das campanhas	Quando necessário

4.2 A presente contratação não envolve a quantificação prévia e exata dos produtos, peças, campanhas ou serviços publicitários a serem executados ao longo da vigência contratual.

4.3 Diferentemente das contratações de natureza comum, os serviços de publicidade não são executados de forma mecânica ou mediante itens previamente fechados, pois demandam estudo, planejamento, criação, desenvolvimento estratégico, aprovação da Administração e adequação ao problema de comunicação identificado em cada demanda.

4.4 As demandas relacionadas a campanhas institucionais, campanhas de utilidade pública, produção de peças gráficas, digitais, audiovisuais e sonoras, planejamento de mídia, veiculação, pesquisas, estudos, mensuração de resultados e demais atividades compatíveis com o objeto contratado possuem caráter referencial, não constituindo itens autônomos de contratação nem obrigação de execução mínima.

4.5 O valor estimado da contratação corresponde ao teto financeiro global disponível para a execução dos serviços durante a vigência contratual inicial, no montante de **R\$ 25.625.000,00**

4.6 O valor estimado não representa garantia de faturamento mínimo à agência contratada, tampouco obrigação de execução integral pela Administração, uma vez que os serviços serão executados sob demanda, conforme as necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação, mediante solicitação formal, aprovação prévia, autorização específica e comprovação da execução.

4.7 A estimativa do valor da contratação foi elaborada com base no histórico de execução da contratação anterior, formalizada no **Processo Administrativo nº 2019030096**, nos valores executados e pagos nos exercícios anteriores, no atual exercício de 2026, quando disponível, na recorrência das demandas institucionais, no planejamento da Secretaria Municipal de Comunicação, na disponibilidade orçamentária e em parâmetros de contratações públicas semelhantes.

4.8 A memória de cálculo, a planilha de levantamento dos valores executados, os contratos comparativos, as informações orçamentárias e demais documentos de suporte deverão constar dos autos como documentos próprios de instrução da estimativa.

4.9 A execução financeira da contratação dependerá da necessidade pública verificada em cada demanda, da disponibilidade orçamentária, da aprovação prévia da Secretaria Municipal de Comunicação e da regular

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

comprovação dos serviços prestados.

5. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

5. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

5.1 A contratação fundamenta-se na necessidade da Administração Pública Municipal de manter serviços contínuos de publicidade e propaganda, voltados ao planejamento, criação, produção, execução, distribuição, veiculação e acompanhamento de campanhas institucionais, ações de utilidade pública, atos oficiais, programas governamentais e demais iniciativas de comunicação de interesse coletivo.

5.2 A Secretaria Municipal de Comunicação possui contratação vigente para a prestação desses serviços, formalizada **Processo Administrativo nº 2019030096**, cuja execução se desenvolve desde o exercício de 2020 e se estende até o exercício de 2026, com vigência prevista até julho de 2026.

5.3 Considerando o termo final da contratação vigente, torna-se necessária a instauração tempestiva de novo processo licitatório, a fim de evitar a descontinuidade dos serviços atualmente prestados e garantir que a Administração Municipal permaneça apta a divulgar suas políticas públicas, campanhas, programas, serviços, atos institucionais e informações de interesse da população.

5.4 A demanda não decorre de necessidade eventual ou isolada, mas da atuação permanente da Administração Pública Municipal em diversas áreas, como saúde, educação, assistência social, cultura, turismo, meio ambiente, segurança no trânsito, arrecadação tributária, prestação de contas, participação social e demais ações governamentais que exigem adequada comunicação com a sociedade.

5.5 Os serviços de publicidade e propaganda são necessários para assegurar que as informações públicas sejam transmitidas de forma técnica, acessível, planejada e eficiente, observando a identidade institucional do Município e contribuindo para a ampla divulgação das ações governamentais, especialmente aquelas voltadas à orientação, conscientização e atendimento da população.

5.6 A ausência de nova contratação poderá comprometer a divulgação de informações de interesse público, prejudicar a comunicação entre a Administração Municipal e a sociedade e gerar descontinuidade na execução de campanhas institucionais essenciais à orientação da população e à transparência das ações governamentais.

5.7 Assim, a contratação pretendida atende ao interesse público, pois visa garantir a continuidade, o aprimoramento e a eficiência dos serviços de publicidade e propaganda, assegurando suporte técnico à comunicação institucional do Município e permitindo a adequada divulgação das políticas públicas, campanhas, atos oficiais e demais ações de interesse coletivo.

6. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

6.1 Os serviços serão executados sob demanda, conforme as necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação, mediante solicitação formal, aprovação prévia e autorização específica da Administração.

6.2 A cada demanda, a agência deverá apresentar, quando cabível, planejamento, proposta de ação, peças, plano de mídia, orçamentos, cronograma, estimativa de custos, justificativa técnica e demais elementos necessários à análise da Administração.

6.3 A execução somente poderá ocorrer após aprovação prévia e autorização formal da Secretaria Municipal de Comunicação, vedada a realização de serviços, produção de materiais, contratação de fornecedores ou veiculação de mídia sem a respectiva autorização.

6.4 A agência atuará por ordem e conta da Administração, na contratação de fornecedores de bens e serviços



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

especializados para a execução das atividades complementares e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

6.5 A execução dos serviços deverá observar o Briefing, o plano de comunicação aprovado, o objeto contratado, os padrões de identidade visual, as diretrizes de comunicação da Administração Municipal, o edital, o contrato e a Lei Federal nº 12.232/2010.

6.6 Para contratação de fornecedores de bens e serviços especializados relacionados à produção gráfica, audiovisual, sonora, digital, pesquisas, estudos, mensuração e demais atividades complementares, a agência deverá observar os procedimentos de pesquisa, seleção, cotação e comprovação previstos na Lei Federal nº 12.232/2010, no edital e no contrato.

6.7 Sempre que cabível, a agência deverá apresentar, previamente à execução, orçamentos de fornecedores especializados, justificativas técnicas, documentos fiscais e demais elementos necessários à análise da razoabilidade dos custos e à autorização da Administração.

6.8 A veiculação de mídia dependerá de aprovação prévia do plano de mídia, dos meios de divulgação, dos veículos, dos períodos, dos valores, dos descontos aplicáveis e das demais condições comerciais, devendo a agência comprovar a veiculação realizada por meio dos documentos exigidos no edital e no contrato.

6.9 As vantagens obtidas em negociação de mídia, diretamente ou por intermédio da agência, pertencerão à Administração, incluídos eventuais descontos, bonificações, reaplicações, tempo ou espaço concedidos por veículos de divulgação, ressalvadas as hipóteses legalmente admitidas.

6.10 Os serviços deverão ser executados de forma planejada, técnica, eficiente e compatível com a finalidade pública da comunicação institucional, vedada a promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

7.1 A solução adotada consiste na contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, mediante concorrência com julgamento por técnica e preço, execução sob demanda e teto financeiro global.

7.2 A contratação por intermédio de agência de propaganda mostra-se adequada porque os serviços de publicidade compreendem o conjunto integrado de atividades voltadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição das ações publicitárias aos veículos e demais meios de divulgação.

7.3 A solução permite que a Administração conte com suporte técnico especializado para a elaboração de campanhas institucionais, campanhas de utilidade pública, peças publicitárias, planos de mídia, produção de materiais, veiculação, pesquisas, estudos, mensuração de resultados e demais atividades compatíveis com o objeto definido pela Lei Federal nº 12.232/2010.

7.4 A contratação não será estruturada como pregão, Sistema de Registro de Preços, compra de materiais ou contratação por itens unitários, em razão da natureza técnica, intelectual, estratégica e criativa dos serviços de publicidade.

7.5 A solução também permite a adequada avaliação da qualidade técnica das propostas, da capacidade de atendimento, do portfólio, da experiência institucional, do tempo de atuação no mercado publicitário como critério técnico subsidiário e das condições econômicas propostas pelas licitantes.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

7.6 A contratação será realizada mediante licitação na **modalidade concorrência**, com **critério de julgamento técnica e preço**, nos termos do art. 5º da Lei Federal nº 12.232/2010.

8. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO, CONDIÇÕES DA CONTRATAÇÃO E OBRIGAÇÃO DAS PARTES

8.1 Requisitos gerais

8.1.1 Somente poderão participar do certame empresas qualificadas como agências de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965, e que possuam certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

8.1.2 A licitante deverá comprovar habilitação jurídica, regularidade fiscal, social e trabalhista, qualificação econômico-financeira e qualificação técnica, conforme exigências previstas no edital.

8.1.3 A contratada deverá manter, durante toda a execução contratual, as condições de habilitação e qualificação exigidas no certame.

8.1.4 A contratada deverá observar as normas relacionadas à ética, proteção de dados, sigilo das informações institucionais, impessoalidade da comunicação pública e vedação de promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

8.2 Proposta técnica, Briefing, plano de comunicação publicitária e invólucros

8.2.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica em 03 (três) invólucros distintos, destinados, respectivamente, ao Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, ao Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada e ao conjunto de informações da licitante, observadas as condições estabelecidas neste Termo de Referência e no edital.

8.2.2 No **Invólucro nº 1** deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto pelos quesitos e subquesitos definidos neste Termo de Referência e no edital, incluindo, quando cabível, raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia.

8.2.3 O Invólucro nº 1 deverá ser padronizado e fornecido pelo Município, sem qualquer tipo de identificação, devendo preservar o sigilo quanto à autoria da proposta.

8.2.3.1 O Invólucro nº 1 corresponderá ao Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a ser apresentado em invólucro padronizado fornecido pelo Município, sem qualquer identificação da licitante, observadas as regras de padronização, anonimização, formato, tamanho, fonte, limite de páginas e demais condições previstas neste Termo de Referência e no edital.

8.2.3.2 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá observar padronização uniforme, as orientações formais previstas no item 8.2.3.3 e demais condições estabelecidas neste Termo de Referência e no edital, vedada a utilização de logotipos, marcas, sinais, etiquetas, marcas d'água, rubricas, identificação de autoria, referência interna ou qualquer outro elemento que permita identificar, direta ou indiretamente, a licitante.

8.2.3.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá observar as seguintes orientações formais:



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

- k) apresentação em caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- l) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 g/m², ambas em branco;
- m) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 g/m², orientação retrato, ressalvada a apresentação de gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, na forma prevista neste item;
- n) margens de 2 cm à esquerda e 2 cm à direita, a partir das respectivas bordas;
- o) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- p) espaçamento simples entre as linhas e duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- q) alinhamento justificado do texto;
- r) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12, admitindo-se que gráficos, quadros, tabelas ou planilhas sejam editados em cores, com fontes e tamanhos habitualmente utilizados nesses documentos, qualquer tipo de formatação de margem, mas apresentação apenas em papel A4 sem dobras;
- s) numeração de todas as páginas no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- t) ausência de qualquer elemento de identificação da licitante.

8.2.3.3.1 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista de peças publicitárias que a licitante julgar necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing ficam limitados, em conjunto, **a 10 (dez) páginas**.

8.2.3.3.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão conter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados em fonte Arial, com tamanho de 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridas deverão ser apresentadas em papel A4 sem dobras;
- d) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser impressas em orientação paisagem.

8.2.3.3.3 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não terão limitação quanto ao número de páginas, cabendo às licitantes observar o adequado acondicionamento da Proposta Técnica no invólucro definido no edital.

8.2.3.3.4 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a) ser editados em cores;
- b) utilizar fontes e tamanhos de fonte habitualmente empregados nesses documentos;
- c) adotar qualquer tipo de formatação de margem;
- d) ser apresentados em papel A4 sem dobras

8.2.3.3.5 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ser impressas em orientação paisagem.

8.2.3.3.6 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus respectivos subquestos.

8.2.3.4 Os exemplos de peças ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, observado o limite máximo de **12 (doze) peças publicitárias**.

8.2.3.4.1 Dentre as peças apresentadas, será obrigatória a apresentação mínima de:



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

- a) 01 (uma) Key Art conceitual;
- b) pelo menos 02 (dois) exemplos de peças para meio eletrônico, tais como spot, VT, carro de som ou similares;
- c) 02 (dois) exemplos de peças para mídia Out-Of-Home, tais como outdoors, busdoors, painéis, empenas ou similares;
- d) 02 (dois) exemplos de peças impressas, tais como anúncio em jornal/revista, panfleto, folder ou similares.

8.2.3.4.2 Os exemplos de peças ou materiais integrantes da Ideia Criativa poderão ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, storyboard impresso, protótipo, monstro, storyboard animado ou animatic, conforme o meio proposto, desde que não contenham qualquer elemento de identificação da licitante.

8.2.3.4.3 Os exemplos de peças ou materiais integrantes da Ideia Criativa deverão adequar-se às dimensões do invólucro padronizado que será fornecido pela Comissão de Licitação.

8.2.3.4.4 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo à sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, desde que se ajustem às dimensões do invólucro da Proposta Técnica, podendo ser dobradas.

8.2.3.4.5 Na elaboração de monstro ou leiaute eletrônico para o meio rádio, poderão ser inseridos elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

8.2.3.4.6 Na elaboração de storyboard animado ou animatic, poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, trilha sonora, voz de personagens e locução, sendo vedada a inserção de imagens em movimento.

8.2.3.4.7 O monstro ou leiaute eletrônico e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em pen drive, em arquivos executáveis ou compatíveis com sistema operacional Windows.

8.2.3.4.8 No pen drive não poderá constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciante, admitida apenas a marca do fabricante da mídia.

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

8.2.3.4.10 Para facilitar o cotejo pelos integrantes da Subcomissão Técnica, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça apresentada, tais como cartaz, filme para TV, spot de rádio, anúncio de revista, banner de internet ou similares.

8.2.3.4.11 Para fins de cômputo das peças apresentadas como exemplos, até o limite máximo de 12 (doze) peças publicitárias, deverão ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada individualmente no referido limite;
- c) peça sequencial, para qualquer meio, a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet ou painéis sequenciais de mídia exterior, será considerada 01 (uma) peça, desde que o conjunto transmita mensagem única;
- d) hot site e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

- e) filme e hotsite que o hospede serão considerados 02 (duas) peças;
- f) banner e hotsite por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

8.2.3.4.12 Na apresentação de proposta de hotsite, não poderão ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

8.2.3.5 A licitante será responsável por assegurar que o conteúdo apresentado no Invólucro nº 1 não contenha qualquer elemento que permita sua identificação, direta ou indireta, sob pena de desclassificação, caso a identificação comprometa o sigilo da autoria da proposta técnica.

8.2.3.6 O descumprimento das regras de padronização, anonimização ou apresentação que comprometa o sigilo da autoria da proposta, a isonomia entre os licitantes ou a regularidade do julgamento técnico poderá ensejar a desclassificação da proposta, nos termos do edital.

8.2.4 O Invólucro nº 1 não poderá conter identificação da licitante, marca, palavra, sinal, etiqueta, rubrica ou qualquer outro elemento que possibilite, direta ou indiretamente, a identificação da autoria da proposta antes da abertura do Invólucro nº 2.

8.2.5 Não será recebido o Invólucro nº 1 que estiver identificado, apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante, ou que estejam danificado ou deformado de modo a possibilitar a identificação da autoria da proposta.

8.2.6 O **Invólucro nº 2** deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, com o mesmo teor da via não identificada, ressalvados os exemplos de peças ou materiais referentes à Ideia Criativa, os quais não deverão constar deste invólucro, devendo conter a identificação da licitante e ser datado, assinado e rubricado por quem detenha poderes de representação, na forma de seus atos constitutivos ou de instrumento próprio de procuração.

8.2.7 O Invólucro nº 2 deverá ser apresentado lacrado, rubricado no fecho e devidamente identificado com o nome empresarial e o CNPJ da licitante, conforme forma definida no edital.

8.2.8 No **Invólucro nº 3** deverão estar acondicionados os documentos referentes ao conjunto de informações da licitante, incluindo capacidade de atendimento, portfólio, repertório, relatos de soluções de problemas de comunicação, experiência institucional, tempo de atuação no mercado publicitário como critério técnico subsidiário e demais documentos previstos neste Termo de Referência e no edital.

8.2.9 Os documentos integrantes do Invólucro nº 3 deverão ser apresentados em cadernos ou seções específicas para cada item, com identificação da licitante, datados, assinados e rubricados por quem detenha poderes de representação, na forma de seus atos constitutivos ou de instrumento próprio de procuração.

8.2.10 O Invólucro nº 3 deverá ser apresentado lacrado, rubricado no fecho e devidamente identificado com o nome empresarial e o CNPJ da licitante, conforme forma definida no edital.

8.2.10.1 A Capacidade de Atendimento deverá ser apresentada em caderno específico, com ou sem uso de cores, em formato A4, orientação retrato, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos ou de instrumento próprio de procuração.

8.2.10.1.1 O caderno específico da Capacidade de Atendimento não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

8.2.10.1.2 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante deverá apresentar, no mínimo:

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

8.2.10.2 O Repertório deverá ser apresentado em caderno específico, com ou sem uso de cores, em formato A4, orientação retrato, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos ou de instrumento próprio de procuração.

8.2.10.2.1 O caderno específico do Repertório não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

8.2.10.2.4 As peças publicitárias deverão ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2024.

8.2.10.2.5 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, em arquivos executáveis ou compatíveis com sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas.

8.2.10.2.6 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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

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

8.2.10.2.9 As peças publicitárias apresentadas no Repertório não poderão se referir a trabalhos solicitados, aprovados ou executados para a Prefeitura Municipal de Palmas, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

8.2.10.3 Os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação deverão ser apresentados em caderno específico, com ou sem uso de cores, em formato A4, orientação retrato, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos ou de instrumento próprio de procuração.

8.2.10.3.1 O caderno específico dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

8.2.10.3.2 A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com, no máximo, 04 (quatro) páginas, nos quais serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes na superação de desafios de comunicação.

8.2.10.3.3 Cada Relato de Solução de Problema de Comunicação deverá:

- a) ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- b) conter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- c) não se referir a ações publicitárias solicitadas, aprovadas ou executadas para a Prefeitura Municipal de Palmas, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- d) estar formalmente referendado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

8.2.10.3.4 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio Relato, devendo constar o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo ou função e sua assinatura.

8.2.10.3.5 Os Relatos deverão se referir a soluções implementadas a partir de 1º de janeiro de 2024

8.2.10.3.6 Será permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias em cada Relato, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça, observadas as seguintes regras:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, em arquivos executáveis ou compatíveis com sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas;
- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4, ou ser apresentadas soltas, também em formato, A4 com preservação da capacidade de leitura e indicadas suas dimensões originais;
- c) para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

8.2.11 Os quesitos e subquesitos que compõem a proposta técnica, os atributos a serem considerados no julgamento e os respectivos parâmetros de pontuação serão definidos neste Termo de Referência, sem prejuízo do detalhamento procedimental no edital.

8.2.12 O Município, por meio da Secretaria Municipal de Comunicação, mediante justificativa técnica, poderá propor, durante a elaboração do edital, a alteração, retirada ou acréscimo de quesitos, subquesitos, atributos ou parâmetros de pontuação previstos neste Termo de Referência, desde que preservada a compatibilidade com o objeto da contratação, com o briefing e com a Lei Federal nº 12.232/2010.

8.2.13 Os exemplos de peças ou materiais integrantes da ideia criativa poderão ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, storyboard impresso, protótipo, monstro, storyboard animado ou animatic, conforme o meio proposto e as condições estabelecidas no edital.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

8.2.14 Os exemplos de peças ou materiais integrantes da ideia criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, em formato compatível com o invólucro padronizado fornecido pelo Município.

8.2.15 A Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá contemplar todas as peças publicitárias integrantes da relação prevista pela licitante como necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.

8.2.15.1 O plano de mídia proposto deverá apresentar resumo geral contendo, no mínimo:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores absolutos e percentuais alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia
- f) os valores absolutos e percentuais alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- g) os valores absolutos e percentuais alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia;
- h) os valores absolutos e percentuais alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

8.2.15.2 Na simulação da Estratégia de Mídia e Não Mídia:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão corresponder aos valores de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- b) poderão ser incluídos veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços, inclusive novas mídias e plataformas digitais;
- c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

8.2.16 No **Invólucro nº 4** deverá estar condicionada a Proposta de Preços da licitante, apresentada em via única, lacrada, rubricada no fecho e devidamente identificada com o nome empresarial e o CNPJ da licitante, conforme forma definida no edital.

8.2.17 Os quesitos, critérios e parâmetros de pontuação da Proposta de Preços serão definidos neste Termo de Referência e detalhados no edital, observadas as peculiaridades das ações de comunicação publicitária e o critério de julgamento técnica e preço previsto no art. 5º da Lei Federal nº 12.232/2010.

8.2.18 O julgamento final das propostas técnicas e de preços observará o rito previsto na Lei Federal nº 12.232/2010, com aplicação subsidiária da Lei Federal nº 14.133/2021, no que couber, conforme critérios e fórmulas estabelecidos no edital.

8.2.19 No **Invólucro nº 5** deverão estar condicionados os documentos de habilitação, identificados e assinados, em invólucro lacrado, com nome empresarial e CNPJ da licitante, conforme forma definida no edital.

8.2.20 Os documentos de habilitação serão analisados em momento próprio, observada a classificação final das propostas técnicas e de preços, conforme rito previsto na Lei Federal nº 12.232/2010, na Lei Federal nº 14.133/2021 e no edital.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

8.2.21 O edital disciplinará, de forma detalhada, a forma de apresentação, identificação externa, recebimento, guarda, abertura e julgamento dos invólucros, bem como a ordem das sessões públicas, o encaminhamento das propostas à subcomissão técnica, a divulgação dos resultados, a análise das propostas técnicas e de preços, a fase de habilitação, os prazos recursais, a adjudicação e a homologação do certame, observadas a Lei Federal nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, a Lei Federal nº 14.133/2021.

8.2.22 Para fins de representação da licitante na sessão pública designada para recebimento dos invólucros contendo a proposta técnica, a proposta de preços e, quando for o caso, os documentos de habilitação, o representante deverá apresentar à Comissão de Licitação documento que o credencia, juntamente com seu documento de fé pública, comprovando seus poderes de representação.

8.2.23 A ausência de credenciamento do representante não implicará, por si só, inabilitação ou desclassificação da licitante, nem impedirá o recebimento dos invólucros regularmente apresentados, produzindo efeitos apenas quanto à impossibilidade de prática de atos em nome da licitante na sessão, ressalvada a comprovação de poderes por outro meio idôneo previsto no edital.

8.2.24 Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preço, observadas as regras da Lei Federal nº 12.232/2010.

8.3 Portfólio, experiência institucional e tempo de atuação

8.3.1 **O portfólio** deverá permitir a análise do nível dos trabalhos desenvolvidos pela licitante, especialmente quanto à pertinência, qualidade técnica, criatividade, adequação estratégica, diversidade de soluções publicitárias e compatibilidade com campanhas institucionais, educativas, informativas ou de utilidade pública.

8.3.2 **A experiência institucional** da licitante poderá ser considerada na avaliação técnica de forma complementar e não eliminatória, desde que vinculada à demonstração objetiva de atuação no mercado publicitário, capacidade de atendimento, trabalhos realizados, estrutura disponível, equipe técnica, atestados compatíveis com o objeto, portfólio e tempo de atuação da empresa no segmento de publicidade e propaganda.

8.3.3 **O tempo de atuação** da empresa no mercado publicitário poderá ser utilizado como critério técnico subsidiário, de caráter acessório, para aferição da experiência institucional da licitante, sem constituir requisito isolado de habilitação, condição de participação ou fator de restrição indevida à competitividade.

8.3.4 A análise do tempo de atuação deverá estar associada à efetiva experiência comprovada da licitante, não sendo suficiente, por si só, a mera data de constituição da pessoa jurídica, devendo ser considerada em conjunto com o portfólio, os trabalhos executados, a capacidade técnica e os demais elementos previstos no instrumento convocatório.

8.4 Subcomissão técnica

8.4.1 A análise e o julgamento das propostas técnicas deverão ser realizados por subcomissão técnica, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

8.4.2 A subcomissão técnica será composta por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em Comunicação Social, Publicidade, Jornalismo, Relações Públicas ou Marketing e suas variações de nível superior, e ainda, que atuem em uma dessas áreas, observadas as exigências legais quanto à composição, sorteio, publicidade e impedimentos.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

8.4.3 Pelo menos 1/3 (um terço) dos membros da subcomissão técnica não poderá manter vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Palmas - responsável pela licitação.

8.4.4 A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de relação previamente cadastrada pelo Município, a qual deverá conter, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão.

8.4.5 A relação dos nomes indicados para o sorteio dos membros da subcomissão técnica será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data designada para a sessão pública do sorteio.

8.4.6 Os nomes dos potenciais membros da subcomissão técnica integrarão relação que conterà, separadamente, os nomes daqueles que mantêm vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município, e os nomes daqueles que não mantêm vínculo dessa natureza.

8.4.7 O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica de acordo com a proporcionalidade entre membros com vínculo e sem vínculo com o Município, observada a regra mínima prevista no subitem 8.4.3.

8.4.8 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado na licitação poderá impugnar pessoa integrante da relação de potenciais membros da subcomissão técnica, mediante apresentação de fundamentos jurídicos plausíveis para a exclusão.

8.4.9 Admitida a impugnação, o impugnado poderá abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito antes da decisão da autoridade competente.

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

8.4.11 Será necessária a publicação de nova relação caso o número de membros mantidos após a impugnação seja inferior ao mínimo exigido para composição da subcomissão técnica.

8.4.12 Somente será admitida nova impugnação em relação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

8.4.13 A sessão pública de sorteio será realizada após decisão motivada sobre eventual impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo de publicação da relação de nomes e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

8.4.14 A atuação da subcomissão técnica deverá garantir o julgamento técnico das propostas sem identificação indevida da autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, observadas as regras previstas no edital e na Lei Federal nº 12.232/2010.

8.4.15 Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preço.

8.5 Procedimento de seleção interna entre agências

8.5.1 Considerando a contratação de 3 (três) agências de propaganda, deverá ser instituído procedimento de seleção interna entre as contratadas, nos termos do art. 2º, § 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

8.5.2 A metodologia da seleção interna deverá ser aprovada pela Administração e publicada na imprensa oficial, observando critérios objetivos, impessoais e compatíveis com a natureza das demandas publicitárias.

8.5.3 A seleção interna terá por finalidade definir, entre as agências contratadas, aquela que executará determinada ação publicitária, considerando a necessidade concreta da Administração, o desafio de comunicação, a complexidade da campanha, a pertinência da solução proposta, a capacidade de atendimento e demais critérios previamente definidos.

8.5.4 Para fins deste Termo de Referência, serão consideradas ações publicitárias de menor complexidade aquelas cujo investimento estimado seja de até R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), sem prejuízo de que a Administração, mediante justificativa técnica, classifique determinada ação como de maior complexidade em razão de sua abrangência, relevância institucional, impacto social, multiplicidade de públicos, diversidade de meios ou necessidade de solução estratégica específica.

8.5.5 Nas ações publicitárias de menor complexidade, a Administração poderá selecionar a agência responsável mediante critérios objetivos simplificados, tais como:

- I – Escolha da agência que já tenha executado ação publicitária similar, em razão da familiaridade com o tema;
- II – Escolha da agência que esteja em melhores condições técnicas, operacionais ou estratégicas para desenvolver a ação publicitária;
- III – Reaproveitamento ou continuidade de linha criativa anteriormente desenvolvida pela agência;
- IV – Urgência da demanda, desde que devidamente justificada;
- V – Pertinência técnica da solução apresentada ou previamente desenvolvida.

8.5.6 Poderá ser dispensada a seleção interna quando a ação publicitária decorrer de iniciativa técnica previamente desenvolvida por uma das agências contratadas, quando houver necessidade de continuidade de campanha já iniciada, quando uma das agências houver atingido limite de faturamento ou de execução previamente estabelecido no contrato, quando a urgência justificar a designação direta de uma das contratadas ou em outras hipóteses devidamente justificadas pela Administração.

8.5.7 Serão consideradas ações publicitárias de maior complexidade aquelas cujo investimento estimado seja superior a R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), bem como aquelas que, independentemente do valor, demandem solução estratégica mais ampla, campanha integrada, múltiplos públicos, diversidade de meios, maior repercussão institucional ou análise comparativa entre propostas das agências contratadas.

8.5.8 Nas ações publicitárias de maior complexidade, as agências contratadas deverão ser convocadas para participar de seleção interna, mediante comunicação formal, com apresentação de proposta de solução publicitária, conforme briefing específico elaborado pela Administração.

8.5.9 O briefing da seleção interna deverá conter os subsídios necessários para que as agências elaborem sua proposta de solução para a demanda de comunicação, indicando, quando cabível, objetivo, público-alvo, prazo, verba estimada, canais pretendidos, restrições, diretrizes institucionais, problema de comunicação, resultados esperados e demais informações relevantes.

8.5.10 O briefing será repassado às agências contratadas, e a data de entrega das propostas será estipulada de acordo com a agenda dos envolvidos na ação e com a complexidade da demanda.

8.5.11 O prazo, a ordem e a forma de apresentação das propostas deverão ser definidos pela Administração no



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

momento da passagem do briefing e registrados em ata, relatório de reunião ou documento equivalente.

8.5.12 As agências deverão entregar, na data estipulada, o material solicitado, acompanhado de descritivo da campanha, proposta estratégica, peças ou referências criativas, plano de mídia, estimativa de custos e demais elementos exigidos pela Administração.

8.5.13 O prazo de avaliação será informado a cada seleção, de acordo com a necessidade da Secretaria Municipal de Comunicação e com a complexidade da ação publicitária.

8.5.14 A avaliação das propostas apresentadas na seleção interna deverá observar critérios objetivos, tais como adequação ao briefing, criatividade, viabilidade de execução, pertinência estratégica, compatibilidade com o público-alvo, eficiência na aplicação da verba, prazo de atendimento e aderência às diretrizes de comunicação da Administração.

8.5.15 Nas ações publicitárias de maior complexidade, a metodologia de avaliação das propostas poderá ser composta por quesitos que receberão notas de 0 (zero) a 10 (dez), conforme os seguintes pesos:

- **I – Raciocínio Básico:** grau de entendimento e compreensão do briefing, **com peso 1;**
- **II – Estratégia de Comunicação:** adequação do tema e do conceito propostos, consistência da defesa do tema e do conceito, riqueza de desdobramentos possibilitados, adequação da estratégia de comunicação, consistência da defesa da estratégia e compatibilidade da estratégia com a verba disponível para a ação, **com peso 3;**
- **III – Ideia Criativa:** adequação da proposta ao briefing, interpretação favorável ao conceito da campanha, adequação da proposta aos públicos-alvo, originalidade e simplicidade da forma e dos elementos, pertinência às atividades da Administração, desdobramentos permitidos, exequibilidade das peças e compatibilidade das peças aos meios propostos, **com peso 4;**
- **IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia:** conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo, consistência do plano simulado, pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação, otimização dos recursos nos meios recomendados e criatividade em mídia, **com peso 2.**

8.5.16 A nota final da seleção interna será obtida pela média ponderada dos quesitos avaliados, conforme pesos definidos no subitem anterior ou em metodologia específica aprovada pela Administração para a demanda concreta.

8.5.17 A Administração poderá sugerir que propostas apresentadas pelas agências sejam integradas, compartilhadas ou ajustadas para aperfeiçoar a ação de comunicação publicitária ou viabilizar sua execução, cabendo à Secretaria Municipal de Comunicação decidir sobre a forma de participação das agências.

8.5.18 O resultado da seleção interna será informado às agências participantes por meio de comunicação formal.

8.5.19 A seleção interna não terá natureza de novo procedimento licitatório, não alterará a responsabilidade da Administração pela aprovação prévia das ações e não dispensará a autorização formal para execução da campanha, contratação de fornecedores, produção de materiais ou veiculação de mídia.

8.5.20 Eventual inconformidade apresentada por agência participante da seleção interna será analisada pela Secretaria Municipal de Comunicação, sem efeito suspensivo automático sobre a execução da ação publicitária,



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

salvo decisão expressa e fundamentada em sentido contrário.

8.6 Direitos autorais

8.6.1 A CONTRATADA cederá à CONTRATANTE todos os direitos patrimoniais de autor e conexos relativos às ideias, estudos, análises, planos, campanhas, peças, materiais publicitários e demais produtos concebidos e criados em decorrência do contrato, sejam eles de sua propriedade, de seus empregados ou de seus prepostos.

8.6.2 A cessão prevista neste item abrangerá o uso das peças, campanhas e materiais publicitários pela CONTRATANTE, diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência contratual e nos limites definidos no edital, no contrato e nas autorizações específicas, sem que caiba qualquer ônus adicional à CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores, ressalvadas as hipóteses expressamente previstas no instrumento convocatório.

8.6.3 O valor da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será considerado incluído nas modalidades de remuneração previstas no edital e no contrato, de modo que qualquer remuneração devida em razão da cessão desses direitos será considerada como já incluída no custo de produção, salvo previsão expressa em sentido diverso.

8.6.4 As peças, campanhas e materiais publicitários criados pela CONTRATADA poderão, a critério da CONTRATANTE, ser reutilizados por outros órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal, sem que caiba à CONTRATADA qualquer remuneração adicional, quando se tratar de direitos cedidos diretamente pela agência, seus empregados ou prepostos.

8.6.5 Quando a reutilização envolver direitos de autor e conexos de terceiros, caberá à CONTRATADA, quando couber, intermediar ou providenciar o acordo comercial com os respectivos titulares, submetendo previamente à CONTRATANTE as condições de uso, os prazos, os valores e demais elementos necessários à autorização.

8.6.6 Nas contratações de fornecedores externos para execução de serviços que envolvam direitos de autor, direitos conexos, uso de imagem, som de voz, obras protegidas, obras consagradas, fotografias, ilustrações, trilhas, locuções, filmagens, animações, personagens, roteiros ou quaisquer criações protegidas, a CONTRATADA deverá solicitar orçamentos que prevejam expressamente a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

8.6.7 A CONTRATADA deverá fazer constar, nos orçamentos, propostas, contratos ou ajustes celebrados com fornecedores externos, cláusulas que assegurem a cessão dos direitos patrimoniais necessários ao uso pela CONTRATANTE, observando os prazos, meios, finalidades, abrangência territorial e demais condições definidas em cada demanda.

8.6.8 Nos casos de produção de imagens, filmagens, fotografias, gravações ou materiais brutos que não envolvam direitos de imagem ou som de voz de terceiros, a CONTRATADA deverá assegurar, nos respectivos ajustes com fornecedores, a cessão dos direitos patrimoniais à CONTRATANTE, permitindo sua utilização direta ou por terceiros pelo prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço, sem ônus adicional.

8.6.9 Em decorrência da cessão prevista no subitem anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar, por intermédio da CONTRATADA, cópia das imagens, filmagens, fotografias, gravações ou materiais brutos produzidos, em mídia ou formato compatível com seu uso e destinação, observadas as condições técnicas e contratuais aplicáveis.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

8.6.10 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE, quando cabível, será definido no edital, no contrato ou em instrumento próprio, e negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade, a extensão do uso, o prazo de reutilização e os preços praticados no mercado, observados os percentuais máximos definidos no instrumento convocatório.

8.6.11 Na reutilização de peças por período inferior ao inicialmente ajustado, o percentual máximo poderá ser obtido de forma proporcional ao período de reutilização, mediante critério definido no edital ou negociação específica aprovada pela CONTRATANTE.

8.6.12 Na reutilização de peças que incorporem obras consagradas ou protegidas por terceiros, o percentual a ser pago aos titulares dos direitos patrimoniais de autor e conexos será definido no edital, no contrato ou em instrumento próprio, respeitados os percentuais máximos previstos no instrumento convocatório e as condições de mercado.

8.6.13 O valor inicialmente contratado para cessão de direitos poderá ser reajustado, quando cabível, tendo como parâmetro os preços vigentes no mercado, aplicando-se, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna – IGP-DI, da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos 1 (um) ano da cessão original dos direitos.

8.6.14 Quando a reutilização de peças, campanhas ou materiais publicitários não estiver expressamente abrangida pelos direitos inicialmente cedidos, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, observados os parâmetros de mercado, a qualidade do material, o prazo de uso, a extensão da reutilização e os limites definidos no edital e no contrato.

8.6.15 A CONTRATADA deverá manter a CONTRATANTE livre de quaisquer reivindicações, cobranças, questionamentos ou ônus decorrentes de uso irregular de direitos autorais, direitos conexos, imagem, voz, obras protegidas ou materiais de terceiros, quando a irregularidade decorrer de falha na obtenção das autorizações, cessões ou licenças necessárias.

8.6.16 O descumprimento das regras relativas à cessão de direitos patrimoniais de autor e conexos poderá ensejar a recusa do serviço, a suspensão do pagamento, a exigência de regularização documental, a substituição do material, a apuração de responsabilidade e a aplicação das sanções previstas no edital, no contrato e na legislação aplicável.

8.7 Subcontratação e vedações

8.7.1 A agência contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução do objeto principal.

8.7.2 A contratação de fornecedores especializados para produção gráfica, audiovisual, sonora, digital, pesquisas, estudos, mensuração e demais atividades complementares somente poderá ocorrer quando vinculada à execução das ações publicitárias aprovadas, observadas as regras da Lei Federal nº 12.232/2010, do edital e do contrato.

8.7.3 É vedada a inclusão de atividades estranhas ao objeto de publicidade, especialmente assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou realização de eventos festivos de qualquer natureza, que deverão ser contratados por procedimentos próprios, quando necessários.

8.8 Sustentabilidade

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

8.8.1 A execução dos serviços deverá observar, quando aplicáveis ao caso concreto, critérios de sustentabilidade ambiental, econômica e social, compatíveis com a natureza dos serviços de publicidade e com a finalidade de cada campanha ou ação publicitária.

8.8.2 Nas demandas que envolverem produção gráfica, materiais impressos, mídia exterior, estruturas físicas ou demais peças materiais, deverão ser priorizadas, sempre que tecnicamente viável, práticas que reduzam desperdícios, utilizem insumos de menor impacto ambiental e assegurem a destinação adequada de resíduos, como:

- a) Uso de tecnologias de baixo consumo energético;
- b) Minimização do desperdício de recursos;
- c) Produção de materiais com material reciclado, biodegradável, atóxico;
- d) Com máquinas que reduzem a geração de resíduos industriais.

8.8.3 A Administração poderá priorizar, quando compatível com o objetivo de comunicação e com o público-alvo da campanha, soluções digitais, formatos de menor impacto ambiental e estratégias de mídia que reduzam a necessidade de produção física de materiais.

8.8.4 A adoção de critérios de sustentabilidade não poderá comprometer a efetividade da comunicação pública, devendo ser aplicada de forma proporcional, razoável e compatível com a natureza da demanda, o interesse público, a eficiência da campanha e a economicidade da contratação.

8.8.5 Os fornecedores especializados eventualmente contratados para execução de atividades complementares deverão observar boas práticas ambientais, trabalhistas e sociais, quando aplicáveis ao serviço executado.

8.9 Obrigações da contratada

8.9.1 Constituem obrigações da contratada, além das previstas em lei, no edital, no contrato e nos demais documentos que integram o processo, as obrigações previstas neste Termo de Referência e aquelas decorrentes da natureza dos serviços de publicidade.

8.9.2 Executar os serviços em conformidade com este Termo de Referência, edital, contrato, proposta apresentada, Briefing, demandas autorizadas e legislação aplicável.

8.9.3 Operar como organização completa e prestar serviços de elevada qualidade técnica, com observância às diretrizes de comunicação da Administração, à identidade institucional do Município e aos objetivos de cada campanha ou ação publicitária.

8.9.4 Manter estrutura de atendimento compatível com o volume e as características dos serviços a serem prestados à Administração, devendo comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, contado da assinatura do contrato, a existência de estrutura operacional apta ao atendimento das demandas em Palmas/TO.

8.9.5 Centralizar o atendimento e a coordenação técnica da publicidade institucional da Administração em Palmas/TO, podendo utilizar sua matriz, filial, sucursal, escritório, representantes ou estrutura técnica em outros locais para serviços de criação, produção ou atividades complementares, desde que garantidas as condições previamente acordadas com a Administração.

8.9.6 Executar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante contratação de fornecedores especializados e veículos de divulgação, todos os serviços relacionados ao objeto da contratação, de acordo com as especificações e autorizações da Administração.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

8.9.7 Utilizar, na execução dos serviços, os profissionais indicados na proposta técnica para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitindo-se substituições futuras por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à Administração.

8.9.8 Apresentar planejamento, propostas de ação, peças, planos de mídia, orçamentos, cronogramas, relatórios e demais documentos necessários à aprovação e ao acompanhamento da execução.

8.9.9 Não executar qualquer serviço, produção, veiculação, reserva de mídia, contratação de fornecedor ou despesa relacionada à publicidade sem prévia autorização formal da Secretaria Municipal de Comunicação.

8.9.10 Obter aprovação prévia e expressa da Administração para despesas com bens e serviços especializados, fornecedores, veículos de divulgação, veiculação de mídia, produção de materiais e quaisquer outros custos relacionados à execução do contrato.

8.9.11 Reservar ou comprar espaço ou tempo publicitário de veículos somente por ordem e conta da Administração, após identificação prévia dos veículos, meios, praças, períodos, valores e condições comerciais, e mediante autorização expressa da Secretaria Municipal de Comunicação.

8.9.12 Envidar esforços para obter as melhores condições comerciais nas negociações com fornecedores especializados e veículos de divulgação, transferindo à Administração as vantagens obtidas.

8.9.13 Pertencerão à Administração as vantagens obtidas em negociações de compra de tempo ou espaço publicitário, diretamente ou por intermédio da contratada, incluídos eventuais descontos, bonificações, reaplicações, tempo ou espaço concedidos por veículos de divulgação, ressalvadas as hipóteses legalmente admitidas.

8.9.14 Observar o disposto no art. 18 da Lei Federal nº 12.232/2010 quanto aos planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à contratada e a outras agências.

8.9.15 Não sobrepor planos de incentivo aos interesses da Administração, devendo orientar a escolha de veículos de divulgação conforme critérios técnicos, pesquisas, dados de audiência, pertinência com o público-alvo, alcance, eficiência da campanha e interesse público.

8.9.16 O desrespeito à regra prevista no subitem anterior constituirá grave violação aos deveres contratuais e poderá ensejar apuração de responsabilidade e aplicação das sanções cabíveis.

8.9.17 Para a contratação de fornecedores de bens ou serviços especializados, a contratada deverá observar, quando aplicável, as seguintes condições:

- I - Realizar cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores;
- II - Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, observado o art. 14 da Lei Federal nº 12.232/2010;
- III - Exigir que constem nas cotações os produtos ou serviços que as compõem, seus preços unitários e totais e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- IV - Apresentar as cotações em documento idôneo, preferencialmente em papel timbrado ou documento equivalente, com identificação do fornecedor, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, responsável pela cotação e demais dados necessários à sua validação;
- V - Apresentar, juntamente com a cotação, documentos que comprovem que o fornecedor está regularmente inscrito e em atividade no CNPJ ou CPF e, quando aplicável, no cadastro de contribuintes

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

estadual ou municipal, compatível com o serviço a ser fornecido.

8.9.18 Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global estimado do contrato, a contratada deverá coletar orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, a serem abertos em sessão pública convocada e realizada sob fiscalização da Administração, observada a disciplina da Lei Federal nº 12.232/2010 e do edital.

8.9.19 A Administração procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos preços praticados no mercado.

8.9.20 Na impossibilidade de obtenção de 3 (três) cotações, a contratada deverá apresentar justificativa formal, por escrito, para prévia análise e decisão do gestor do contrato.

8.9.21 A Administração poderá, quando julgar conveniente:

- I - Supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela contratada, inclusive quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (meio por cento) do valor global estimado do contrato;
- II - Realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores, independentemente do valor;
- III - Solicitar documentação complementar para aferir a regularidade da cotação, a compatibilidade dos preços e a pertinência do fornecedor indicado.

8.9.22 As regras de cotação previstas neste item não se aplicam à compra de tempo ou espaço publicitário, que observará as regras próprias de negociação, autorização e comprovação de mídia.

8.9.23 É vedada a cotação prévia de preços para fornecimento de bens ou serviços especializados em empresas nas quais:

- I - O mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora no mesmo procedimento de cotação;
- II - Dirigente, empregado, sócio ou preposto da contratada tenha participação societária, vínculo comercial ou parentesco até o terceiro grau com dirigente, sócio ou responsável da empresa fornecedora;
- III - Haja conflito de interesses capaz de comprometer a lisura da contratação ou a vantajosidade para a Administração.

8.9.24 A contratada deverá informar, por escrito, aos fornecedores especializados as condições estabelecidas para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente quanto à cessão de direitos patrimoniais de autor e conexos.

8.9.25 A contratada deverá fazer constar, em destaque, nos orçamentos de produção submetidos à Administração, os valores relativos a cachês, cessão de direito de uso de obras consagradas incorporadas às peças e cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, conforme regras previstas no edital e no contrato.

8.9.26 A contratada deverá fazer constar dos ajustes celebrados com fornecedores as cláusulas necessárias à cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos, inclusive nos casos de captação de imagens, fotografias, filmagens, gravações, locuções, trilhas, ilustrações, animações, obras protegidas ou materiais brutos utilizados nas campanhas.

8.9.27 Apresentar à Administração, para aprovação do plano de mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos propostos, bem como indicação daqueles dos quais seja possível ou impossível obter



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

relatório de checagem de veiculação por empresa independente, acompanhada das justificativas pertinentes, quando necessário, em atenção ao art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010.

8.9.28 Apresentar, quando necessário, estudo prévio sobre meios, praças e veículos dos quais seja possível ou impossível obter relatório de checagem de veiculação por empresa independente, considerando os meios e veículos usualmente programados nos esforços de comunicação da Administração.

8.9.29 Encaminhar à Administração, imediatamente após a produção dos serviços, para constituição de seu acervo, os arquivos de mídia relativos às peças e materiais produzidos, armazenados em nuvem ou em outro meio tecnicamente adequado, por meio de link protegido por senha e com acesso restrito, sem ônus adicional para a Administração, abrangendo, quando aplicável:

- I - TV e cinema: arquivos digitais;
- II - Internet e mídias digitais: arquivos digitais;
- III - Rádio: arquivos digitais;
- IV - Mídia impressa e materiais publicitários: arquivos em alta resolução, abertos e/ou finalizados.

8.9.30 Manter, pelo período mínimo de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo peças, materiais produzidos, relatórios, comprovantes, documentos de mídia, documentos de produção e demais registros relacionados à execução contratual, sem ônus para a Administração.

8.9.31 Orientar a produção, impressão, finalização e entrega das peças gráficas aprovadas pela Administração, observadas as especificações técnicas, os padrões de identidade visual e as autorizações emitidas.

8.9.32 Entregar à Administração, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior, bem como relatório dos serviços em andamento, com os dados relevantes para avaliação do estágio de execução.

8.9.33 Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões, contatos, telefonemas ou alinhamentos relevantes realizados entre a Administração e a contratada, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e permitir o acompanhamento das providências necessárias ao desempenho das obrigações de ambas as partes.

8.9.34 Os relatórios de atendimento deverão ser enviados pela contratada à Administração no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato, podendo a Administração solicitar correções no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, contado do recebimento do respectivo relatório.

8.9.35 Tomar providências imediatas em caso de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de serviços, mediante comunicação formal à Administração, respeitadas as obrigações regularmente assumidas com fornecedores e veículos, desde que tais ocorrências não tenham sido causadas pela própria contratada ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

8.9.36 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato que envolvam o nome, a imagem institucional, estratégias, campanhas, dados ou interesses da Administração, salvo mediante prévia e expressa autorização.

8.9.37 Prestar esclarecimentos à Administração sobre eventuais atos, fatos ou notícias desabonadoras que envolvam a contratada e que possam repercutir sobre a execução contratual, independentemente de solicitação formal.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

8.9.38 Não caucionar, ceder, transferir, utilizar ou oferecer o contrato como garantia para qualquer operação financeira, salvo mediante autorização prévia e expressa da Administração, quando juridicamente cabível.

8.9.39 Manter, durante toda a execução contratual, as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento prevista na Lei Federal nº 12.232/2010, quando aplicável.

8.9.40 Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes à execução do objeto, responsabilizando-se por prejuízos decorrentes de infrações a que tenha dado causa.

8.9.41 Observar a legislação trabalhista, previdenciária, fiscal, tributária, securitária, ambiental, autoral, de proteção de dados e demais normas aplicáveis aos serviços prestados, inclusive em relação a seus empregados, prepostos e fornecedores contratados.

8.9.42 Assumir, com exclusividade, todos os tributos, taxas, contribuições, encargos trabalhistas, previdenciários, seguros, prêmios de acidentes de trabalho e demais despesas decorrentes da execução do objeto, quando de sua responsabilidade legal ou contratual.

8.9.43 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos, omissões totais ou parciais no recolhimento de tributos, encargos ou contribuições incidentes sobre os serviços contratados.

8.9.44 Apresentar, quando solicitado pela Administração, comprovação de regularidade e satisfação de encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, tributários e demais obrigações aplicáveis.

8.9.45 Executar e responder pelos contratos, ajustes, acordos ou compromissos firmados com fornecedores especializados e veículos de divulgação, bem como por todos os efeitos desses instrumentos perante seus signatários e perante a Administração.

8.9.46 Manter, por si, seus empregados, prepostos, representantes e contratados, irrestrito sigilo sobre dados, informações, estratégias, documentos, campanhas e demais elementos fornecidos ou acessados em razão da execução contratual.

8.9.47 Responder perante a Administração e terceiros por prejuízos e danos decorrentes de demora, omissão, erro, falha técnica, inadequação, veiculação incorreta ou condução irregular dos serviços de sua responsabilidade.

8.9.48 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativas de custos que resultem em aumento de despesas, perda de descontos ou prejuízo à Administração.

8.9.49 Responsabilizar-se pelo ônus decorrente de ações, demandas, custos e despesas causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos, representantes, fornecedores ou contratados, bem como por responsabilidades decorrentes de ações judiciais relacionadas ao cumprimento do contrato.

8.9.50 Em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a contratada deverá adotar as providências necessárias para preservar a Administração e mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza, reembolsando-a, quando for o caso, de valores que tenha sido obrigada a pagar em decorrência de conduta imputável à contratada, no prazo de 10 (dez) dias úteis contado do efetivo pagamento.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

8.9.51 Responder por ação judicial movida por terceiros com fundamento em propriedade intelectual, direitos autorais, direitos conexos, uso de imagem, som de voz, marca, obra protegida ou direitos de propriedade relacionados aos serviços objeto do contrato.

8.9.52 Não manter, durante a vigência contratual, relação, encargo, contrato ou atividade que configure conflito de interesses com a execução dos serviços contratados, especialmente quando tal situação puder comprometer a estratégia de comunicação, a confidencialidade das informações ou a adequada execução do objeto.

8.9.53 Permitir e oferecer condições para ampla fiscalização pela Administração, inclusive mediante fornecimento de informações, acesso à documentação pertinente, acesso aos serviços em execução, relatórios, comprovantes e demais registros relacionados ao contrato.

8.9.54 Permitir que a auditoria interna da Administração ou auditoria externa por ela indicada tenha acesso aos documentos relacionados aos serviços prestados, observadas as normas de sigilo, proteção de dados e demais limitações legais aplicáveis.

8.9.55 A fiscalização exercida pela Administração não restringe nem exclui a responsabilidade única, integral e exclusiva da contratada pela perfeita execução dos serviços.

8.9.56 A aprovação dos serviços executados pela contratada ou por seus fornecedores não a desobriga de sua responsabilidade pela perfeita execução contratual, nem impede a apuração de falhas posteriormente identificadas.

8.9.57 A ausência de comunicação da Administração sobre eventual irregularidade ou falha não exime a contratada das responsabilidades previstas no contrato, no edital, neste Termo de Referência e na legislação aplicável.

8.9.58 A não aceitação de serviço, no todo ou em parte, não implicará dilação automática do prazo de entrega, salvo expressa concordância da Administração.

8.9.59 A contratada deverá adotar as providências necessárias para que qualquer execução referente à produção, veiculação ou distribuição considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita, corrigida ou reparada nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a Administração, quando a falha lhe for imputável.

8.9.60 Observar a impessoalidade da comunicação pública, sendo vedada a criação, produção ou veiculação de material que configure promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

8.10 Obrigações da contratante

8.10.1 Constituem obrigações da contratante, além das previstas em lei, no edital, no contrato e nos demais documentos que integram o processo, as obrigações previstas neste Termo de Referência e aquelas decorrentes da natureza dos serviços de publicidade.

8.10.2 Cumprir os compromissos financeiros assumidos com a contratada, observadas as condições contratuais, a regular liquidação da despesa, a comprovação da execução, a disponibilidade orçamentária e as retenções legais cabíveis.

8.10.3 Expedir as demandas de forma regular e formal, contendo os elementos necessários à execução dos serviços, objetivo de comunicação, público-alvo, prazo, diretrizes institucionais e demais informações



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

pertinentes.

8.10.4 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, quando necessário.

8.10.5 Fornecer e colocar à disposição da contratada as informações, documentos, elementos, orientações e subsídios necessários ao adequado desenvolvimento das ações publicitárias.

8.10.6 Analisar e aprovar previamente os planejamentos, propostas de ação, peças, planos de mídia, orçamentos, fornecedores, veículos, cronogramas e demais documentos apresentados pela contratada.

8.10.7 Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratada, aos descontos, às condições de remuneração e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados.

8.10.8 Proporcionar condições para a adequada execução dos serviços, sem prejuízo da responsabilidade técnica e operacional da contratada pela execução do objeto.

8.10.9 Designar, por meio de ato próprio, fiscal e suplente de fiscal ou comissão responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021.

8.10.10 Acompanhar, fiscalizar e registrar a execução dos serviços, sem que tal fiscalização exclua ou atenua a responsabilidade da contratada.

8.10.11 Registrar em relatório as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas observadas na execução dos serviços, podendo notificar a contratada para adoção de providências corretivas.

8.10.12 Notificar formal e tempestivamente a contratada sobre irregularidades observadas no cumprimento do contrato, bem como sobre multas, penalidades, glosas, débitos, correções ou providências de sua responsabilidade.

8.10.13 Atestar a regularidade dos serviços executados, desde que comprovada a conformidade com a demanda autorizada, com os documentos exigidos e com as condições previstas no contrato.

8.10.14 Processar e efetuar os pagamentos devidos, observadas as condições contratuais, a comprovação da execução, a regularidade fiscal, social e trabalhista da contratada e os trâmites administrativos internos.

8.10.15 Aprovar previamente a contratação de fornecedores especializados e veículos de divulgação, quando vinculados à execução de ações publicitárias.

8.10.16 A Administração poderá avaliar, semestralmente ou em outro período definido no contrato, os serviços prestados pela contratada, especialmente quanto à qualidade técnica, cumprimento de prazos, capacidade de atendimento, regularidade documental, relacionamento institucional, comprovação da execução e aderência às diretrizes de comunicação pública.

8.10.17 A avaliação periódica poderá ser utilizada para solicitar correções destinadas à melhoria da qualidade dos serviços, subsidiar decisões sobre prorrogação, extinção contratual ou aplicação de medidas administrativas, e fornecer, quando cabível, declaração de desempenho à contratada.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

8.10.18 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho, quando elaborado, deverá ser encaminhada ao fiscal ou gestor do contrato e mantida à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

8.10.19 Aplicar, quando necessário, as sanções administrativas e demais medidas previstas na legislação, no edital e no contrato, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

8.10.20 Publicar e dar publicidade aos atos necessários à regular execução e fiscalização do contrato, nos termos da legislação aplicável.

8.10.21 A contratante poderá rejeitar, no todo ou em parte, os serviços executados em desconformidade com a demanda aprovada, com o Briefing, com o plano autorizado, com o edital, com o contrato ou com a legislação aplicável.

9. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

9.1 O contrato deverá ser executado pelas partes em conformidade com as cláusulas pactuadas, com as disposições da Lei Federal nº 14.133/2021, da Lei Federal nº 12.232/2010, do edital, deste Termo de Referência e da minuta contratual, cabendo a cada parte responder por eventual inexecução, total ou parcial, na medida de sua responsabilidade.

9.2 Na hipótese de impedimento, paralisação ou suspensão da execução contratual, o cronograma da demanda publicitária poderá ser ajustado pelo período correspondente, mediante registro formal nos autos e desde que preservado o interesse público.

9.3 As comunicações entre a Administração e a contratada serão realizadas preferencialmente por escrito, admitindo-se o uso de meios eletrônicos, conforme a natureza do ato, a urgência da demanda e os procedimentos internos da Secretaria Municipal de Comunicação.

9.4 A Administração poderá solicitar a atuação do representante da contratada para adoção de providências necessárias à adequada execução do contrato, especialmente quanto ao alinhamento de demandas, apresentação de propostas de ação, ajustes de peças, planos de mídia, orçamentos, comprovação de execução e demais providências relacionadas às campanhas autorizadas.

9.5 Após a assinatura do contrato, poderá ser realizada reunião inicial entre as partes, com o objetivo de alinhar aspectos relacionados à execução contratual, tais como obrigações, fluxo de demandas, forma de solicitação e aprovação dos serviços, acompanhamento e fiscalização, critérios de comprovação da execução, condições de pagamento, prazos, responsabilidades, estratégias de comunicação, controle de mídia e eventuais sanções aplicáveis.

9.6 Fiscalização

9.6.1 A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada por fiscal(is) designado(s), ou por seus substitutos, conforme ato próprio da Administração.

9.6.2 A fiscalização deverá observar a conformidade das demandas executadas com o objeto contratado, com o Briefing, com as solicitações formalizadas, com as autorizações emitidas, com as peças aprovadas, com os planos de mídia, com os orçamentos autorizados e com os documentos comprobatórios apresentados pela contratada.

9.6.3 A Administração fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao objeto autorizado, ao padrão técnico esperado, ao plano aprovado ou às condições previstas neste Termo de Referência, no edital e no contrato.

9.6.4 A fiscalização não exclui nem reduz a responsabilidade da contratada pela perfeita execução dos serviços, inclusive quanto a falhas, vícios, defeitos, danos, irregularidades de fornecedores, descumprimento de prazos, inconsistências na veiculação ou ausência de comprovação adequada.

9.6.5 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará dilação automática do prazo de entrega ou execução, salvo expressa concordância da Administração.

9.6.6 A contratada deverá adotar as providências necessárias para que qualquer execução referente à produção, veiculação ou distribuição considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita, corrigida ou reparada nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a Administração, quando a falha lhe for imputável.

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

9.6.8 A ausência de comunicação imediata da Administração sobre irregularidade ou falha não exime a contratada das responsabilidades previstas no contrato, neste Termo de Referência, no edital e na legislação aplicável.

9.6.9 A contratada permitirá e oferecerá condições para a ampla e completa fiscalização, durante a vigência contratual, fornecendo informações, propiciando acesso à documentação pertinente, aos serviços em execução, aos relatórios, comprovantes, peças, planos, orçamentos, comprovantes de veiculação e demais documentos relacionados ao objeto contratado.

9.6.10 A contratada deverá permitir que a auditoria interna da Administração, o controle interno, o controle externo ou auditoria externa indicada pela Administração tenham acesso aos documentos relacionados aos serviços prestados, observadas as normas de sigilo, proteção de dados e demais limitações legais aplicáveis.

9.6.11 É facultado à Administração acompanhar todos os serviços objeto do contrato, juntamente com representante credenciado da contratada, especialmente nas etapas de planejamento, produção, finalização, veiculação, comprovação, entrega de materiais e avaliação dos resultados.

9.7 Fiscalização Técnica

9.7.1 Compete ao fiscal técnico acompanhar a execução do contrato, de modo a verificar o atendimento das condições pactuadas e contribuir para o alcance dos resultados pretendidos pela Administração.

9.7.2 O fiscal técnico deverá verificar, conforme o caso, a conformidade das campanhas, peças, planos de mídia, orçamentos, propostas de ação, cronogramas, comprovantes de produção, comprovantes de veiculação, relatórios, documentos fiscais e demais elementos apresentados pela contratada.

9.7.3 O fiscal técnico registrará, quando pertinente, as ocorrências relacionadas à execução contratual, indicando as providências necessárias à correção de eventuais inconsistências.

9.7.4 Constatadas irregularidades, o fiscal técnico poderá solicitar à contratada a adoção de medidas corretivas, estabelecendo prazo razoável para sua regularização.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

9.7.5 Situações que demandem decisão ou providências além de sua competência poderão ser encaminhadas ao gestor do contrato, para as medidas cabíveis.

9.7.6 Ocorrências que possam impactar o cumprimento dos prazos previstos, a veiculação de campanha, a execução de peças ou o atendimento de demanda institucional poderão ser comunicadas ao gestor do contrato, para avaliação e eventual ajuste.

9.7.7 O fiscal técnico poderá informar ao gestor do contrato sobre a proximidade do término da vigência contratual, para subsidiar decisões quanto à continuidade da contratação, quando aplicável.

9.7.8 A Administração poderá rejeitar, no todo ou em parte, serviços executados em desconformidade com a demanda aprovada, com o Briefing, com o plano autorizado, com o edital, com o contrato ou com a legislação aplicável.

9.7.9 O fiscal técnico poderá avaliar a qualidade técnica dos serviços prestados, inclusive quanto à adequação estratégica, clareza da comunicação, compatibilidade com a identidade institucional, cumprimento do Briefing, qualidade das peças, adequação dos meios de divulgação e efetividade da ação publicitária.

9.8 Fiscalização Administrativa

9.8.1 Compete ao fiscal administrativo acompanhar, quando aplicável, aspectos relacionados à regularidade contratual, tais como manutenção das condições de habilitação, empenho, pagamento, garantias, documentos fiscais, certidões, retenções legais e eventuais ajustes contratuais, podendo solicitar documentos comprobatórios.

9.8.2 O fiscal administrativo poderá verificar a regularidade da documentação apresentada pela contratada para fins de liquidação e pagamento, inclusive notas fiscais, comprovantes de execução, documentos de fornecedores especializados, comprovantes de veiculação, autorizações, relatórios e demais documentos exigidos no contrato.

9.8.3 Em caso de indícios de descumprimento contratual, inconsistência documental, irregularidade fiscal ou desconformidade na execução, o fiscal administrativo poderá adotar providências iniciais e, se necessário, encaminhar a situação ao gestor do contrato para deliberação.

9.8.4 A fiscalização administrativa deverá observar que os pagamentos somente serão realizados em relação às demandas efetivamente solicitadas, aprovadas, autorizadas, executadas e comprovadas.

9.8.5 A fiscalização administrativa poderá acompanhar a existência de saldo contratual, a regularidade dos empenhos, a compatibilidade dos valores faturados com as demandas autorizadas e a observância das retenções, glosas e compensações cabíveis.

9.9 Gestor do Contrato

9.9.1 O gestor do contrato coordenará o acompanhamento da execução contratual, promovendo a organização dos registros relevantes, tais como ordens de serviço, solicitações, aprovações, ocorrências, notificações, alterações, comprovantes de execução, relatórios de fiscalização e eventuais prorrogações.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

9.9.2 Compete ao gestor acompanhar as informações registradas pelos fiscais, avaliando as medidas adotadas e, quando necessário, submetendo à autoridade competente situações que ultrapassem sua atribuição.

9.9.3 O gestor poderá acompanhar a manutenção das condições de habilitação da contratada, especialmente para fins de pagamento, registrando eventuais intercorrências que possam impactar a execução contratual.

9.9.4 O gestor poderá consolidar as avaliações realizadas pelos fiscais quanto ao cumprimento das obrigações contratuais, com base em critérios previamente definidos, quando houver.

9.9.5 Quando cabível, o gestor poderá adotar providências para instauração de procedimento administrativo visando à apuração de responsabilidades e eventual aplicação de sanções, nos termos da legislação vigente.

9.9.6 O gestor poderá acompanhar a execução do teto financeiro contratual, verificando os valores autorizados, executados, faturados e pagos, a fim de evitar extrapolação do limite contratual e assegurar a adequada gestão dos recursos públicos.

9.9.7 O gestor poderá verificar se as demandas encaminhadas à contratada guardam pertinência com o objeto da contratação, evitando a execução de atividades estranhas aos serviços de publicidade previstos na Lei Federal nº 12.232/2010.

9.9.8 Ao término da contratação, poderá ser elaborado relatório síntese sobre a execução do objeto, com vistas ao aperfeiçoamento das práticas administrativas e à instrução de futuras contratações.

9.9.9 O gestor poderá encaminhar a documentação pertinente aos setores competentes para instrução dos processos de liquidação e pagamento, conforme previsto contratualmente.

9.9.10 A Administração poderá avaliar, semestralmente ou em outro período definido no contrato, os serviços prestados pela contratada, considerando, entre outros aspectos, a qualidade técnica, a capacidade de atendimento, o cumprimento de prazos, a conformidade documental, a regularidade da execução, o relacionamento institucional, a comprovação dos serviços, o atendimento às determinações da fiscalização e a aderência às diretrizes de comunicação pública.

9.9.11 A avaliação periódica poderá ser utilizada pela Administração para solicitar correções destinadas à melhoria da qualidade dos serviços, subsidiar decisões sobre prorrogação, alteração ou extinção contratual, apurar a necessidade de medidas administrativas e, quando solicitado pela contratada, fornecer declarações de desempenho para fins de comprovação de capacidade técnica.

9.9.12 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho, quando elaborado, será encaminhada ao fiscal ou gestor do contrato e permanecerá disponível aos órgãos de controle interno e externo.

9.9.13 O acompanhamento e a fiscalização pela Administração não restringem a responsabilidade única, integral e exclusiva da contratada pela perfeita execução dos serviços contratados.

10. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO, CONDIÇÕES DE PAGAMENTO E LIQUIDAÇÃO

10.1 Recebimento

10.1.1 Os serviços de publicidade serão recebidos provisoriamente após a apresentação, pela contratada, da nota fiscal ou documento equivalente, acompanhada dos documentos comprobatórios da execução da demanda previamente solicitada, aprovada e autorizada pela Administração.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

10.1.2 O recebimento provisório será realizado pelo responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, para posterior verificação da conformidade dos serviços com este Termo de Referência, o edital, o contrato, a proposta aprovada, o plano de mídia, os orçamentos autorizados e a demanda formalizada pela Secretaria Municipal de Comunicação.

10.1.3 Para fins de recebimento, liquidação e pagamento, a contratada deverá apresentar, conforme a natureza da demanda executada:

- I - A correspondente nota fiscal ou documento equivalente, emitido sem rasuras, legível, em nome da contratante, contendo a identificação do contrato, do objeto executado, do período de execução, dos valores cobrados e das informações bancárias para pagamento;
- II - Quando houver contratação de fornecedor especializado ou veículo de divulgação, a primeira via ou cópia idônea do documento fiscal emitido pelo fornecedor ou veículo;
- III - Os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços, da produção dos materiais e, quando for o caso, do comprovante de entrega;
- IV - Ordens de serviço, autorizações, peças aprovadas, pedidos de inserção, planos de mídia, orçamentos aprovados, relatórios de execução, relatórios de mídia, comprovantes de produção, comprovantes de veiculação, prints, registros, declarações, relatórios de checagem e demais documentos exigidos no edital ou no contrato.

10.1.4 Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços deverão ser encaminhadas pela contratada ao setor competente indicado pela Administração, em meio físico ou eletrônico, conforme orientação da Secretaria Municipal de Comunicação.

10.1.5 Constatada eventual desconformidade na execução dos serviços, ausência de documentação comprobatória, inconsistência nos documentos apresentados, divergência entre o serviço autorizado e o executado ou qualquer irregularidade relacionada à demanda, os serviços poderão ser recusados, total ou parcialmente, devendo a contratada promover os ajustes, complementações, correções ou substituições necessárias em prazo razoável a ser definido pela Administração, sem prejuízo de eventual apuração de responsabilidade.

10.1.6 O fiscal do contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela contratada as condições pactuadas, especialmente quanto à autorização prévia, execução regular, comprovação documental, conformidade técnica e adequação dos valores cobrados.

10.1.7 O recebimento definitivo ocorrerá após a verificação da conformidade técnica, documental e financeira dos serviços executados, bem como da compatibilidade entre a demanda autorizada, os serviços efetivamente prestados e os documentos comprobatórios apresentados pela contratada.

10.1.8 O recebimento definitivo será formalizado por meio de atesto, termo de recebimento, registro no processo ou documento equivalente, emitido pelo fiscal do contrato ou pela unidade competente, conforme o fluxo administrativo aplicável.

10.1.9 O prazo para recebimento definitivo deverá ser compatível com a natureza da demanda publicitária executada, podendo ser prorrogado, de forma justificada, quando houver necessidade de diligências

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

complementares para verificação da produção, veiculação, entrega, documentação fiscal, comprovação de mídia ou demais exigências contratuais.

10.1.10 Em caso de divergência quanto à execução do objeto, especialmente em relação à qualidade, quantidade, veiculação, produção, valores, documentos fiscais ou comprovação dos serviços, a Administração poderá adotar as providências cabíveis, inclusive quanto ao recebimento parcial da parcela incontroversa, conforme previsto na legislação.

10.1.11 O tempo necessário para correção de inconsistências, complementação de documentos, saneamento de pendências ou regularização de falhas pela contratada não será considerado para fins de contagem do prazo de recebimento definitivo.

10.1.12 O recebimento provisório ou definitivo não afasta a responsabilidade da contratada pela adequada execução dos serviços, nem impede a Administração de exigir correções, substituições, complementações, restituição de valores ou apuração de responsabilidade em caso de vícios, irregularidades ou desconformidades posteriormente identificadas.

10.2 Liquidação

10.2.1 Recebida a nota fiscal ou documento de cobrança equivalente, o prazo para liquidação observará o disposto na legislação vigente e nos normativos municipais aplicáveis, contado a partir da apresentação regular da documentação exigida.

10.2.2 Para fins de liquidação, deverão ser verificados, entre outros aspectos, a identificação das partes, o objeto executado, o período de execução, os valores cobrados, os serviços autorizados, os documentos comprobatórios apresentados, as retenções tributárias cabíveis e a conformidade com a demanda previamente aprovada.

10.2.3 A liquidação da despesa somente ocorrerá após a comprovação da efetiva execução dos serviços e da conformidade com a demanda previamente solicitada, aprovada e autorizada pela Secretaria Municipal de Comunicação.

10.2.4 A liquidação de despesas será precedida da apresentação, pela contratada, dos documentos correspondentes à natureza do serviço executado, observando-se, quando aplicável:

I - Serviços executados pela própria contratada:

- a) Nos serviços de intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores, deverão ser apresentados a nota fiscal da contratada, o documento fiscal do fornecedor ou veículo e os documentos de comprovação da execução;
- b) Nos serviços internos executados pela contratada, deverão ser apresentados a nota fiscal da contratada e os documentos comprobatórios da execução do serviço.

II - Serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

- a) Na produção e execução técnica de peças, materiais ou projetos publicitários, deverão ser apresentados a nota fiscal da contratada, o documento fiscal do fornecedor e os documentos comprobatórios da produção, execução ou entrega;



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

- b) No planejamento e execução de pesquisas, estudos e outros instrumentos de avaliação ou geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, deverão ser apresentados a nota fiscal da contratada, o documento fiscal do fornecedor e os documentos comprobatórios da execução;
- c) Na criação, implementação ou desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, deverão ser apresentados a nota fiscal da contratada, o documento fiscal do fornecedor e os documentos comprobatórios da execução;
- d) Na veiculação, deverão ser apresentados a nota fiscal da contratada, o documento fiscal do veículo, a demonstração do valor devido ao veículo, sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, o respectivo relatório de checagem de veiculação por empresa independente, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

10.2.5 As despesas com distribuição de peças e materiais de não mídia executadas por fornecedores especializados terão o mesmo tratamento documental previsto para os serviços de produção e execução técnica, devendo a contratada apresentar os documentos fiscais, comprovantes de execução, comprovantes de entrega e demais registros exigidos.

10.2.6 Na ocorrência de falha local em programação de mídia eletrônica, rede nacional ou veículo contratado, a contratada deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação, sem prejuízo das demais providências cabíveis.

10.2.7 Os preços de tabela, os descontos negociados e os valores devidos aos veículos serão conferidos e atestados pelo fiscal do contrato por ocasião da análise do plano de mídia, dos pedidos de inserção, dos comprovantes de veiculação e dos documentos fiscais apresentados.

10.2.8 Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento deverão ser adaptadas às práticas de cada país, observadas as regras do edital, do contrato, da legislação aplicável e a prévia autorização da Administração.

10.2.9 No tocante à veiculação, além dos documentos indicados nos subitens anteriores, a contratada deverá apresentar, sem ônus para a Administração, os seguintes comprovantes, quando aplicáveis:

- I - revista: exemplar original ou comprovação equivalente da publicação;
- II - jornal: exemplar ou página com o anúncio, contendo, quando possível, informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça de veiculação;
- III - demais meios: relatório de checagem de veiculação por empresa independente, sempre que possível;
- IV - internet e mídias digitais: relatório de gerenciamento, prints, métricas, links, registros de impulsionamento ou documento equivalente que demonstre a veiculação, o período, os canais utilizados e o alcance contratado.

10.2.10 Nos casos em que restar demonstrada a impossibilidade de obtenção de relatório de checagem por empresa independente, a contratada deverá apresentar justificativa formal e documento usualmente emitido pelo veículo ou fornecedor, acompanhado de declaração de execução, sob as penas da lei, contendo, quando



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

aplicável, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, período de veiculação, programa, horário, fotos, mapas de veiculação, comprovantes de inserção ou documentos equivalentes.

10.2.11 Para TV, rádio e cinema, a comprovação poderá ocorrer por documento emitido pelo veículo, mapa de veiculação, comprovante de inserção, irradiação ou documento similar, acompanhado de declaração de execução emitida pela empresa que realizou a veiculação, contendo as informações mínimas necessárias à identificação da campanha, do período, do veículo, do responsável e da execução realizada.

10.2.12 Para mídia exterior, a comprovação poderá ocorrer por relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, contendo fotos, período de veiculação, local, nome da campanha, identificação do fornecedor e declaração de execução emitida pelo responsável.

10.2.13 Para mídia digital out of home, a comprovação poderá ocorrer por relatório de exibição, fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, período de exibição, nome da campanha e declaração de execução emitida pelo fornecedor.

10.2.14 Para carro de som ou ação volante similar, a comprovação poderá ocorrer por relatório de veiculação, relatório de GPS, fotos dos veículos contratados, identificação da cidade ou local da ação, período de execução e declaração de execução emitida pelo fornecedor.

10.2.15 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas expressamente neste Termo de Referência serão estabelecidas formalmente pela Administração antes da aprovação do respectivo plano de mídia ou da autorização da demanda.

10.2.16 Antes da efetivação dos pagamentos, será realizada a comprovação da regularidade jurídica, fiscal, social e trabalhista da contratada, conforme exigências previstas no edital, no contrato e na legislação aplicável.

10.2.17 Para fins de comprovação da regularidade, a contratada deverá apresentar, conforme o caso, Certificado de Regularidade do FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas, certidão de regularidade perante a Fazenda Nacional, certidões de regularidade perante as Fazendas Estadual e Municipal, bem como demais documentos exigidos no edital, no contrato e nos sistemas oficiais aplicáveis.

10.2.18 Havendo inconsistências na documentação apresentada ou situação que impeça a liquidação, o processo poderá ser suspenso até a devida regularização pela contratada, com retomada da contagem do prazo após o saneamento da pendência.

10.2.19 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a Administração poderá devolvê-la para as devidas correções ou aceitá-la com glosa da parte considerada indevida, conforme a natureza da inconsistência.

10.2.20 Na hipótese de devolução da documentação para correção, esta será considerada como não apresentada para fins de contagem dos prazos de recebimento, liquidação e pagamento, até a regularização da pendência.

10.2.21 Na hipótese de não regularização das inconsistências apontadas, a Administração poderá adotar as medidas administrativas cabíveis, inclusive comunicação aos órgãos competentes, glosa de valores, retenção de pagamento e eventual apuração de responsabilidade, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

10.2.22 O pagamento não importará aceitação definitiva de serviços executados com vícios, irregularidades ou



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

desconformidades, podendo a Administração exigir correção, substituição, refazimento, complementação documental ou restituição de valores, conforme o caso.

10.3 Prazo de pagamento

10.3.1 O pagamento será realizado em prazo compatível com a legislação vigente e com os normativos municipais aplicáveis, contado a partir da regular liquidação da despesa.

10.3.2 O pagamento das despesas será realizado preferencialmente fora do mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação regular dos documentos exigidos e a respectiva liquidação da despesa, salvo prazo diverso previsto no edital, no contrato ou em norma municipal aplicável.

10.3.3 O prazo de pagamento ficará suspenso enquanto houver pendência de documentação, inconsistência na nota fiscal, ausência de comprovação da execução, irregularidade fiscal ou trabalhista, desconformidade no serviço prestado ou qualquer fato imputável à contratada que impeça a regular liquidação da despesa.

10.3.4 A Administração não pagará acréscimo por atraso de pagamento decorrente de ausência total ou parcial da documentação hábil, pendência de cumprimento de cláusulas contratuais ou fato imputável à contratada.

10.3.5 A Administração não assumirá compromisso financeiro, obrigação direta ou cobrança assumida pela contratada perante fornecedores especializados ou veículos de divulgação, salvo nas hipóteses expressamente previstas no edital, no contrato ou em procedimento excepcional autorizado pela Administração.

10.3.6 Eventual atraso de pagamento imputável exclusivamente à Administração observará as regras de atualização financeira previstas no edital, no contrato e na legislação aplicável.

10.4 Forma de pagamento

10.4.1 O pagamento será efetuado preferencialmente por meio de ordem bancária, para crédito em conta indicada pela contratada.

10.4.2 Será considerada como data do pagamento aquela em que for efetivada a ordem bancária correspondente.

10.4.3 O CNPJ constante da nota fiscal ou documento equivalente deverá coincidir com o CNPJ da contratada e com os dados constantes da proposta, do contrato e da conta bancária indicada para pagamento.

10.4.4 Poderão ser realizadas as retenções tributárias, previdenciárias e legais previstas na legislação aplicável, quando cabíveis.

10.4.5 As retenções observarão os percentuais definidos na legislação vigente, independentemente de eventual indicação diversa por parte da contratada.

10.4.6 A contratada optante pelo Simples Nacional poderá usufruir do tratamento tributário diferenciado, mediante comprovação de sua condição, nos termos da legislação aplicável.

10.4.7 A Administração poderá suspender o pagamento quando constatada desconformidade na execução dos serviços, ausência de documentação comprobatória, irregularidade fiscal ou trabalhista, erro na nota fiscal, inconsistência nos documentos apresentados, descumprimento de obrigação contratual ou pendência de saneamento pela contratada.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

10.4.8 Os pagamentos serão realizados exclusivamente em relação às demandas efetivamente solicitadas, aprovadas, autorizadas, executadas, comprovadas e recebidas pela Administração, não havendo garantia de faturamento mínimo à contratada nem obrigação de execução integral do teto financeiro previsto para a contratação.

10.4.9 Os pagamentos a fornecedores especializados e veículos de divulgação, referentes aos serviços prestados no âmbito das demandas autorizadas, serão efetuados pela contratada no prazo previsto no contrato, contado do recebimento da respectiva ordem bancária ou do crédito realizado pela Administração.

10.4.10 A contratada deverá informar à Administração os pagamentos realizados a fornecedores especializados e veículos de divulgação, encaminhando relatório individualizado por ordem bancária recebida e relatório consolidado mensal, até o 15º (décimo quinto) dia do mês subsequente ao pagamento.

10.4.11 Os relatórios de pagamento a fornecedores e veículos deverão conter, no mínimo, a data do pagamento realizado pela Administração, a data do pagamento efetuado pela contratada, o número da nota fiscal, o valor pago, o nome e CNPJ ou CPF do favorecido, a identificação da campanha ou demanda e o serviço correspondente.

10.4.12 Os valores contratados serão corrigidos anualmente, tendo como referência a variação do IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo) no período divulgado pelo IBGE, observadas as condições previstas no edital, no contrato e na legislação aplicável.

10.4.13 O não cumprimento das obrigações de pagamento a fornecedores e veículos no prazo contratual, ou a ausência de justificativa plausível para o não pagamento, poderá implicar a suspensão da liquidação de novas despesas da contratada até a regularização da pendência.

10.4.14 Não solucionada a pendência no prazo definido pela Administração, poderá ficar caracterizada inexecução contratual, sem prejuízo da adoção das medidas administrativas e sancionatórias cabíveis.

10.4.15 Em caráter excepcional, para preservar o direito de fornecedores especializados ou veículos de divulgação de receberem regularmente pelos serviços prestados, a Administração poderá instituir procedimento alternativo de controle para viabilizar o pagamento, inclusive mediante repasse à contratada dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos em operações bancárias concomitantes, desde que previsto no edital ou no contrato, devidamente justificado e observado o interesse público.

10.4.16 Os encargos financeiros, processuais, administrativos ou de qualquer outra natureza decorrentes da inobservância, pela contratada, dos prazos de pagamento a fornecedores ou veículos serão de sua exclusiva responsabilidade.

10.4.17 A Administração, na condição de fonte retentora, efetuará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, relativamente aos pagamentos que efetuar.

10.4.18 A contratada permanecerá responsável perante seus fornecedores, veículos, empregados, prepostos e terceiros pelas obrigações assumidas em razão da execução contratual, não cabendo à Administração responder por encargos, acréscimos, mora, inadimplementos ou obrigações não autorizadas formalmente.

11. DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO DA PROPOSTA MAIS VANTAJOSA E DA



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

HABILITAÇÃO E SELEÇÃO DO FORNECEDOR

11.1 Forma de seleção e critério de julgamento

11.1.1 A seleção da contratada será realizada por meio de licitação na modalidade **concorrência**, com adoção do critério de julgamento **técnica e preço**, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010 e da Lei Federal nº 14.133/2021, aplicada subsidiariamente.

11.1.2 A adoção do critério técnica e preço justifica-se pela natureza técnica, intelectual, estratégica e criativa dos serviços de publicidade, cuja qualidade da solução proposta possui relevância direta para o atendimento da necessidade administrativa.

11.1.3 Não se aplica à presente contratação a modalidade pregão, o critério de menor preço, a adjudicação por item ou o Sistema de Registro de Preços, tendo em vista que os serviços de publicidade possuem natureza técnica, intelectual, estratégica e criativa, sendo prestados de forma integrada por intermédio de agência de propaganda.

11.1.4 A contratação não será parcelada por itens, campanhas, peças, materiais ou contas publicitárias, considerando que os serviços de publicidade compreendem conjunto integrado de atividades, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

11.2 Forma de execução

11.2.1 A execução do objeto ocorrerá sob demanda, conforme as necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação, mediante solicitação formal, aprovação prévia e autorização específica da Administração.

11.2.2 A execução de campanhas, peças, ações publicitárias, produção de materiais, contratação de fornecedores especializados e veiculação de mídia dependerá de prévia aprovação da Administração, observadas as condições estabelecidas neste Termo de Referência, no edital e no contrato.

11.2.3 A execução sob demanda não representa garantia de faturamento mínimo à contratada nem obrigação de utilização integral do teto financeiro pela Administração.

11.3 Avaliação da proposta técnica

11.3.1 Para fins de avaliação da Proposta Técnica, a nota máxima a ser atribuída será de 100 pontos, observadas as disposições do Briefing, do edital, deste Termo de Referência e dos quesitos e subquesitos previstos neste item.

11.3.2 A Proposta Técnica deverá ser avaliada pela subcomissão técnica, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, observadas as regras do edital e a preservação do sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

11.3.3 Para fins de avaliação da Ideia Criativa, a Proposta Técnica deverá observar o limite máximo de 12 (doze) peças publicitárias, sendo obrigatória a apresentação mínima de:

- a) 01 (uma) Key Art conceitual;
- b) pelo menos 02 (dois) exemplos de peças para meio eletrônico, tais como spot, VT, carro de som ou similares;
- c) 02 (dois) exemplos de peças para mídia Out-Of-Home, tais como outdoors, busdoors, painéis, empenas

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

ou similares;

- d) 02 (dois) exemplos de peças impressas, tais como anúncio em jornal/revista, panfleto, folder ou similares.

As peças remanescentes até o limite estabelecido, ficam a critério da LICITANTE como complemento da estratégia.

11.3.3.1 A ausência de qualquer das peças mínimas exigidas para a Ideia Criativa implicará a não atribuição de pontuação à peça não apresentada, não sendo admitida a compensação por peças excedentes em outra categoria, sem prejuízo da análise qualitativa das peças efetivamente apresentadas.

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

11.3.5 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do respectivo quesito ou subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Termo de Referência e no edital.

11.3.6 Persistindo a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica responsáveis pelas pontuações consideradas destoantes deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída, a qual será assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica e passará a compor o processo da licitação.

11.3.7 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos atribuídos aos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

11.4 Plano de Comunicação Publicitária

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

11.4.1 O Plano de Comunicação Publicitária terá pontuação **máxima de 60 pontos**, distribuídos da seguinte forma:

11.4.2 **Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s); A acuidade e compreensão.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

QUESITOS	PONTUAÇÃO
a) funções e papel do anunciante nos contextos social, político e econômico	0 a 2 pontos
b) natureza, extensão e qualidade das relações do anunciante com seus públicos	0 a 1 ponto
c) características do anunciante e de suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária	0 a 1 ponto
d) natureza e extensão do objeto da licitação	0 a 1 ponto
e) desafio ou problema de comunicação, geral ou específico, a ser enfrentado pela Administração	0 a 2 pontos
f) necessidades de comunicação da Administração para enfrentar o desafio ou problema apresentado	0 a 3 pontos

Percentual sobre a pontuação total: 10% (10 pontos).

11.4.3 Estratégia de Comunicação Publicitária: Estratégia de Comunicação Publicitária – apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Município, compreendendo:

QUESITOS
a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
a) adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do anunciante e a seus desafios ou problemas de comunicação	0 a 4 pontos
b) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	0 a 2 pontos
c) riqueza dos desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do anunciante com seus públicos	0 a 3 pontos
d) adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio ou problema de comunicação do Município;	0 a 4 pontos
e) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	0 a 2 pontos
f) capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas, seus públicos, seus objetivos e a verba disponível	0 a 5 pontos

Percentual sobre a pontuação total: 20% (20 pontos).

11.4.4 Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, com relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, com



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

exemplos peças e ou material que corporifiquem objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária, observadas as seguintes disposições:

QUESITOS	PONTUAÇÃO
a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do Município;	0 a 2 pontos
b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;	0 a 1 ponto
c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;	0 a 2 pontos
d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	0 a 1 ponto
e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	0 a 2 pontos
f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	0 a 1 ponto
g) sua pertinência às atividades do Município e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;	0 a 2 pontos
h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;	0 a 1 ponto
i) a exequibilidade das peças e ou do material;	0 a 1 ponto
j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.	0 a 2 pontos

Percentual sobre a pontuação total: 15% (15 pontos)

11.4.5 Estratégia de Mídia e Não Mídia:

QUESITOS	PONTUAÇÃO
a) Apresentação em que 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 da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;	0 a 2 pontos
b) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.	0 a 2 pontos
c) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	0 a 3 pontos
d) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	0 a 2 pontos
e) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;	0 a 1 ponto
f) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Município, se indicados no Briefing;	0 a 2 pontos
g) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças	0 a 1 ponto



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

e ou do material;	
h) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	0 a 2 pontos

Percentual sobre a pontuação total: 15% (15 pontos)

TOTAL 1: 60 PONTOS.

11.5 Capacidade de Atendimento

11.5.1 A Capacidade de Atendimento terá pontuação máxima de 20 pontos, observados os seguintes quesitos e subquesitos:

QUESITOS	
a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;	
b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido, no mínimo, nome, formação e experiência, dos profissionais que poderão ser colocados 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;	
c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;	
d) A sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;	
e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.	

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;	0 a 7 pontos
b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;	0 a 4 pontos
c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária;	0 a 5 pontos
d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.	0 a 4 pontos

Percentual sobre a pontuação total: 20% (20 pontos).

11.5.2 O tempo de atuação da empresa no mercado publicitário poderá ser considerado dentro da análise da experiência institucional e da capacidade de atendimento, como critério técnico subsidiário, acessório e não eliminatório, vedada sua utilização como requisito isolado de habilitação ou condição de participação.

TOTAL 2: 20 PONTOS

11.6 Repertório: apresentação pela licitante de peças e ou material por ela concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos, apresentando para cada peça e ou material, ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de, pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

11.6.1 O Repertório terá pontuação máxima de 10 pontos, observados os seguintes quesitos:

QUESITOS	PONTUAÇÃO
a) ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver	0 a 4 pontos
b) qualidade da execução e do acabamento da peça ou material	0 a 3 pontos
c) clareza da exposição das informações prestadas	0 a 3 pontos

Percentual sobre a pontuação total: 10% (10 pontos).

TOTAL 3: 10 PONTOS

11.7 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

11.7.1 Os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação terão pontuação máxima de 10 pontos, observados os seguintes quesitos:

QUESITOS	PONTUAÇÃO
a) evidência de planejamento publicitário	0 a 2 pontos
b) consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	0 a 3 pontos
c) relevância dos resultados apresentados	0 a 3 pontos
d) concatenação lógica da exposição	0 a 2 pontos

Percentual sobre a pontuação total: 10% (10 pontos)

TOTAL 4: 10 PONTOS

11.8: Os 100 pontos são assim obtidos ao somar $T1 + T2 + T3 + T4 = 100$.

11.8.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no Edital. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1- Plano de Comunicação Publicitária		<somatório pontos dos subquesitos>
SUBQUESITOS	a) Raciocínio Básico	10
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	20
	c) Ideia Criativa	15
	d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	15

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

T O S		
2-	Capacidade de Atendimento	20
3-	Repertório	10
4-	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
PONTUAÇÃO MÁXIMA		100 Pontos

11.9 Critérios de desclassificação da Proposta Técnica

11.9.1 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo:

- I – Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta, rubrica ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada antes da abertura do Invólucro nº 2;
- II – Será desclassificada a Proposta Técnica que não obtiver, na soma total das notas, no mínimo 75 (setenta e cinco) pontos, sendo exigida, ainda, pontuação mínima de 50 (cinquenta) pontos no Plano de Comunicação Publicitária e pontuação mínima de 25 (vinte e cinco) pontos na soma dos quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
- III – Obter pontuação zero em qualquer dos quesitos ou subquesitos previstos neste Termo de Referência e no edital.

11.9.2 Na hipótese prevista no inciso I do subitem anterior, a Subcomissão Técnica deverá registrar em ata o fato, indicando o elemento concreto que possibilitou a identificação indevida da autoria da proposta.

11.9.3 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências deste Termo de Referência ou do edital, a depender da gravidade da ocorrência e desde que a falha comprometa a lisura, a isonomia, o sigilo da autoria, a validade da proposta ou o caráter competitivo do certame.

11.10 Da Proposta de Preço

11.10.1 A Proposta de Preço deverá contemplar, conforme previsto neste Termo de Referência e no edital, os parâmetros econômicos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, incluindo percentual de desconto sobre os custos internos da agência, percentual de honorários sobre serviços especializados de terceiros, repasses, condições comerciais e demais critérios econômicos pertinentes.

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

11.10.3 A Proposta de Preço será composta, no mínimo, pelos seguintes documentos:

- a) Planilha de Preços Sujeitos à Valoração, elaborada conforme modelo anexo ao edital;
- b) Declaração de condições comerciais, direitos autorais, honorários, descontos, repasses e demais compromissos assumidos pela licitante.

11.10.4 A Declaração deverá contemplar, no mínimo:

- a) Os percentuais máximos a serem pagos pela Administração aos detentores de direitos patrimoniais



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

sobre obras protegidas pelo direito autoral ou conexo, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

- b) Os percentuais máximos a serem pagos pela Administração aos detentores de direitos patrimoniais sobre obras consagradas incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado;
- c) O compromisso de enviar esforços para obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, transferindo à Administração as vantagens obtidas, quando for o caso;
- d) A ciência e concordância com as disposições relativas a direitos autorais, remuneração, honorários, descontos, repasses e demais condições previstas no edital, neste Termo de Referência e no contrato.

11.10.5 Nos termos do art. 6º, inciso V, da Lei Federal nº 12.232/2010, os quesitos a serem valorados são os integrantes do **ANEXO I — PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO**, constante do modelo de Proposta de Preço anexo ao Estudo Técnico Preliminar e ao Termo de Referência, não sendo aceitos valores inferiores aos seguintes limites:

ITEM	DESCRIÇÃO RESUMIDA	MÉDIA FINAL
1	Percentual de desconto a ser concedido ao anunciante sobre os custos internos dos serviços executados pela agência, com base na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Tocantins — SINAPRO/TO ou tabela equivalentes.	45%
2	Percentual de honorários incidentes sobre os preços 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;	8%
3	Percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, inclusive em consonância com novas tecnologias;	9%
4	Percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários.	9%

11.10.6 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o percentual expresso por extenso, prevalecerá o percentual por extenso, salvo erro material evidente, hipótese em que poderá ser realizada diligência pela Comissão responsável pela licitação, nos termos da legislação aplicável.

11.10.7 O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de 90 dias corridos, contados de sua apresentação.

11.10.8 Caso a licitante fixe prazo de validade inferior ao exigido ou esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão responsável pela licitação poderá realizar diligência para confirmação ou prorrogação do prazo, nos termos da legislação aplicável.

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

11.11 Julgamento da Proposta de Preço

11.11.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência e no edital.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

11.11.2 Será desclassificada a Proposta de Preço que apresentar preços, descontos ou honorários baseados em outra proposta, que contiver qualquer condicionante para a prestação dos serviços ou que descumprir os limites e condições definidos no edital.

11.11.3 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o percentual expresso por extenso, a Comissão responsável pela licitação considerará o percentual por extenso, salvo erro material evidente, hipótese em que poderá ser realizada diligência, nos termos da legislação aplicável.

11.11.4 O Preço Proposto pela Licitante – PPL, em cada quesito da Proposta de Preço, será considerado na identificação das Pontuações Parciais de Preço – PPP, da seguinte forma:

$$PPP1 = (PPL1 / MPD) \times 0,40$$

Em que:

PPP1 = Pontuação Parcial de Preço relativa ao percentual de desconto sobre os custos internos da agência;

PPL1 = Percentual de desconto proposto pela licitante;

MPD = Maior Percentual de Desconto dentre aqueles propostos pelas licitantes classificadas;

0,40 = relevância atribuída ao quesito relativo ao desconto sobre custos internos.

11.11.5 Quando o menor preço referir-se ao menor percentual de honorários incidente sobre os preços dos bens e serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça ou material publicitário, será aplicada a seguinte fórmula:

$$PPP2 = ((MPH2 + 1) / (PPL2 + 1)) \times 0,30$$

Em que:

PPP2 = Pontuação Parcial de Preço relativa aos honorários sobre produção e execução técnica de peças ou materiais publicitários;

PPL2 = Percentual de honorários proposto pela licitante para o respectivo quesito;

MPH2 = Menor Percentual de Honorários dentre aqueles propostos pelas licitantes classificadas para o respectivo quesito;

0,30 = relevância atribuída ao quesito.

11.11.6 Quando o menor preço referir-se ao menor percentual de honorários incidente sobre os preços dos bens e serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato, será aplicada a seguinte fórmula:

$$PPP3 = ((MPH3 + 1) / (PPL3 + 1)) \times 0,20$$

Em que:

PPP3 = Pontuação Parcial de Preço relativa aos honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e geração de conhecimento;

PPL3 = Percentual de honorários proposto pela licitante para o respectivo quesito;

MPH3 = Menor Percentual de Honorários dentre aqueles propostos pelas licitantes classificadas para o



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

respectivo quesito;

0,20 = relevância atribuída ao quesito.

11.11.7 Quando o menor preço referir-se ao menor percentual de honorários incidente sobre os preços dos bens e serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, será aplicada a seguinte fórmula:

$$PPP4 = ((MPH4 + 1) / (PPL4 + 1)) \times 0,10$$

Em que:

PPP4 = Pontuação Parcial de Preço relativa aos honorários sobre criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária;

PPL4 = Percentual de honorários proposto pela licitante para o respectivo quesito;

MPH4 = Menor Percentual de Honorários dentre aqueles propostos pelas licitantes classificadas para o respectivo quesito;

0,10 = relevância atribuída ao quesito.

11.11.8 As Pontuações Parciais de Preço – PPP serão consideradas na identificação do Índice de Preços – IP de cada licitante, para fins de julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços.

11.11.9 Para efeito de cálculo das Pontuações Parciais de Preço, os percentuais propostos pelas licitantes serão considerados sem o símbolo “%”, conforme constantes da Planilha de Preços Sujeitos à Valoração.

11.12 Julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços

11.12.1 No julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão responsável pela licitação observará o rito previsto na Lei Federal nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, na Lei Federal nº 14.133/2021, adotando os seguintes procedimentos:

- I - identificação do Índice Técnico – IT de cada licitante;
- II - identificação do Índice de Preços – IP de cada licitante;
- III - identificação da Pontuação Final – PF de cada licitante.

11.12.2 O Índice Técnico – IT de cada licitante será obtido pela aplicação da seguinte fórmula, utilizando-se duas casas decimais:

$$IT = PTL / MPT$$

Em que:

IT = Índice Técnico;

PTL = Pontuação Técnica da Licitante;

MPT = Maior Pontuação Técnica dentre as apresentadas pelas licitantes classificadas.

11.12.3 O Índice de Preços – IP de cada licitante será obtido pela aplicação da seguinte fórmula, utilizando-se duas casas decimais:

$$IP = PPP1 + PPP2 + PPP3 + PPP4$$



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

Em que:

IP = Índice de Preços;

PPP = Pontuações Parciais de Preço identificadas conforme o item 11.11 deste Termo de Referência.

11.12.4 A Pontuação Final – PF de cada licitante será obtida pela aplicação da seguinte fórmula, utilizando-se duas casas decimais:

$$PF = (IT \times PT) + (IP \times PP)$$

Em que:

PF = Pontuação Final;

IT = Índice Técnico;

PT = Peso Técnico, correspondente a 60%;

IP = Índice de Preços;

PP = Peso de Preços, correspondente a 40%.

11.12.5 Serão vencedoras da concorrência as 3 (três) licitantes que mantenham as condições de participação estabelecidas no edital e que:

- a) Tenham obtido a maior Pontuação Final – PF, nos termos deste Termo de Referência e do edital;
- b) Tenham sido habilitadas, observadas as disposições do edital.

11.12.6 Em caso de empate na Pontuação Final – PF, serão aplicados os critérios de desempate previstos no edital, observada a legislação aplicável. Quando o empate impossibilitar a identificação da licitante mais bem classificada, terá preferência, sucessivamente, a licitante que obtiver maior Índice Técnico – IT, maior Pontuação Técnica da Licitante – PTL, maior pontuação no Plano de Comunicação Publicitária, maior pontuação em Capacidade de Atendimento, maior pontuação em Repertório e maior pontuação em Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

11.12.6.1 Persistindo o empate após a aplicação dos critérios previstos no subitem anterior, a decisão será feita por sorteio, em sessão pública ou ato público designado pela Comissão responsável pela licitação, com prévia divulgação na forma prevista no edital.

11.12.7 O edital disciplinará, de forma detalhada, os procedimentos de julgamento, a abertura dos invólucros, a atribuição e consolidação das notas, a forma de cálculo da Pontuação Final, os critérios de desempate, a publicação dos resultados, os prazos recursais, a habilitação e as demais etapas do certame.

11.12.8 O resultado do julgamento das Propostas Técnicas, o resultado do julgamento das Propostas de Preços e o resultado final do certame serão publicados na forma prevista no edital, com indicação da ordem de classificação das licitantes e abertura dos prazos recursais cabíveis, observadas a Lei Federal nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, a Lei Federal nº 14.133/2021.

11.12.9 O processamento e o julgamento da licitação observarão a sequência procedimental definida no edital, compreendendo, entre outras etapas, o recebimento dos invólucros, a preservação do sigilo da autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, a análise das Propostas Técnicas pela Subcomissão Técnica, a abertura da via identificada, o cotejo das vias, a consolidação das notas técnicas, a abertura e julgamento das Propostas de Preços, a classificação final, a convocação das licitantes classificadas para



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

apresentação dos documentos de habilitação, a análise da habilitação, a fase recursal, a adjudicação e a homologação.

11.12.10 A Subcomissão Técnica elaborará atas, planilhas de pontuação e justificativas escritas das razões que fundamentarem as notas atribuídas a cada quesito e subquesito da Proposta Técnica, encaminhando a documentação à Comissão responsável pela licitação para prosseguimento do certame.

11.12.11 As sessões públicas necessárias ao recebimento, abertura, análise e julgamento dos invólucros, bem como aquelas destinadas à prática de atos relacionados à habilitação, recursos, adjudicação e homologação, serão realizadas na forma prevista no edital, observadas as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, da Lei Federal nº 14.133/2021.

11.12.11.1 A concorrência será realizada de forma presencial, em razão das peculiaridades do procedimento previsto na Lei Federal nº 12.232/2010, especialmente quanto à apresentação, recebimento, sigilo, guarda, abertura e julgamento dos invólucros relativos às propostas técnicas, propostas de preços e documentos de habilitação.

11.12.11.2 A adoção da forma presencial justifica-se pela necessidade de preservação do sigilo da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de controle físico dos invólucros padronizados, de conferência dos lacres, rubricas e integridade documental, bem como de observância da separação das etapas procedimentais previstas na Lei Federal nº 12.232/2010.

11.12.11.3 O edital disciplinará a forma de apresentação, identificação externa, recebimento, guarda, abertura e julgamento dos invólucros, devendo assegurar, especialmente quanto ao Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a preservação do sigilo da autoria da proposta até o momento legalmente adequado.

11.12.11.4 A Comissão de Licitação deverá assegurar a separação das etapas do procedimento, a guarda adequada dos invólucros, a preservação do anonimato da via não identificada, o registro dos atos praticados em sessão pública e a observância da vedação de participação dos membros da Subcomissão Técnica na sessão de recebimento e abertura dos invólucros.

11.12.12 As sessões públicas serão registradas em atas circunstanciadas, nas quais deverão constar os atos praticados, as ocorrências relevantes, as manifestações dos representantes das licitantes, quando houver, e demais fatos dignos de registro, devendo ser assinadas pelos membros da Comissão responsável pela licitação e pelos representantes das licitantes presentes, quando cabível.

11.12.13 A Comissão responsável pela licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nas propostas, nos invólucros e nos documentos apresentados pelas licitantes, desde que não haja comprometimento da lisura, da isonomia, do sigilo da autoria da via não identificada, da validade jurídica dos documentos ou do caráter competitivo do certame.

11.12.14 O julgamento das Propostas Técnicas, das Propostas de Preços e o julgamento final do certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios objetivos estabelecidos neste Termo de Referência e no edital.

11.12.15 Antes da divulgação oficial dos resultados, não serão fornecidas a quaisquer interessados informações relativas à análise, avaliação, comparação, classificação ou julgamento das propostas, ressalvadas as informações que devam ser publicizadas nos termos da legislação aplicável.

11.12.16 Qualquer tentativa de licitante de influenciar a Comissão responsável pela licitação ou a Subcomissão



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

Técnica no processo de julgamento das propostas poderá ensejar sua desclassificação, sem prejuízo da apuração de responsabilidade e da aplicação das sanções cabíveis.

11.12.17 A Comissão responsável pela licitação poderá promover diligências em qualquer fase da licitação, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021, para esclarecer ou complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta, salvo nas hipóteses admitidas pela legislação aplicável.

11.12.18 A Comissão responsável pela licitação poderá alterar datas, horários, pautas ou suspender sessões públicas, quando necessário ao adequado desenvolvimento dos trabalhos, à realização de diligências, à preservação da competitividade, à análise técnica ou ao cumprimento das normas legais aplicáveis, mediante comunicação aos interessados na forma prevista no edital.

11.12.19 A Comissão responsável pela licitação não lançará código, sinal ou marca nos invólucros ou nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, ressalvadas as rubricas necessárias à preservação da regularidade e autenticidade dos documentos, desde que não comprometam o sigilo da autoria.

11.12.20 Encerrada a fase de julgamento das Propostas Técnicas e de Preços, serão convocadas as licitantes classificadas, na forma prevista no edital, para apresentação dos documentos de habilitação.

11.12.21 Após a homologação da licitação, a Comissão responsável pela licitação poderá elaborar relatório contendo a síntese dos principais atos e fatos pertinentes ao processamento do certame, incluindo a metodologia de julgamento adotada, as licitantes classificadas e desclassificadas, as notas atribuídas às Propostas Técnicas e de Preços, os recursos eventualmente interpostos e suas respectivas decisões, bem como sugestões que possam contribuir para o aperfeiçoamento de futuras licitações de serviços de publicidade.

11.12.22 O relatório referido no subitem anterior poderá ser encaminhado à Secretaria Municipal de Comunicação para composição de banco de dados, controle interno e aprimoramento dos procedimentos futuros.

11.13 Da remuneração, honorários, descontos, repasses e condições econômicas

11.13.1 A remuneração da agência contratada observará as formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, da Lei Federal nº 4.680/1965, do Decreto Federal nº 57.690/1966, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP, quando aplicáveis, e as regras previstas neste Termo de Referência, no edital e no contrato.

11.13.2 As condições de remuneração da agência foram definidas a partir de levantamento prévio realizado pela Administração, constante dos autos, por meio de consultas encaminhadas a agências de propaganda, análise das respostas recebidas, parâmetros de contratações públicas semelhantes e planilha própria de consolidação dos percentuais aplicáveis.

11.13.3 A agência fará jus à remuneração apenas pelos serviços efetivamente demandados, aprovados, autorizados, executados e comprovados, não havendo garantia de faturamento mínimo nem obrigação de execução integral do teto financeiro pela Administração.

11.13.4 Os honorários somente incidirão sobre valores efetivamente faturados, quando cabível, observadas as regras do edital, do contrato e os limites ou condições estabelecidas a partir do levantamento prévio constante



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

dos autos.

11.13.5 Os custos internos da agência, quando aplicáveis, deverão observar os percentuais de desconto ofertados na Proposta de Preço e os parâmetros definidos no edital e no contrato.

11.13.6 Os serviços especializados prestados por fornecedores externos somente poderão ser remunerados quando previamente autorizados pela Administração e vinculados à execução de ação publicitária aprovada.

11.13.7 Nas hipóteses de contratação de fornecedores especializados, a agência deverá apresentar os orçamentos, justificativas, documentos fiscais e demais elementos comprobatórios exigidos no edital, no contrato e na Lei Federal nº 12.232/2010.

11.13.8 As vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, diretamente ou por intermédio da agência, pertencerão à Administração, incluídos eventuais descontos, bonificações, reaplicações, tempo ou espaço concedidos por veículos de divulgação, ressalvadas as hipóteses legalmente admitidas.

11.13.9 A agência deverá envidar esforços para obter as melhores condições comerciais junto a fornecedores especializados e veículos de divulgação, transferindo à Administração as vantagens obtidas, quando aplicável.

11.13.10 Os percentuais definitivos de honorários, descontos, repasses e demais condições econômicas deverão observar o levantamento prévio realizado pela Administração, a planilha de consolidação dos percentuais e os parâmetros de mercado aplicáveis à contratação.

11.14 Exigências de habilitação

11.14.1 Para fins de habilitação, os licitantes classificados no julgamento final das propostas deverão comprovar os requisitos previstos na Lei Federal nº 12.232/2010, na Lei Federal nº 14.133/2021, no edital e neste Termo de Referência.

11.14.2 Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, observada a disciplina própria da Lei Federal nº 12.232/2010 e do instrumento convocatório.

11.15 Habilitação jurídica

11.15.1 Para comprovação da habilitação jurídica, os interessados deverão apresentar os documentos exigidos no edital, conforme a natureza jurídica da licitante, incluindo, quando cabível:

- a) documento de identificação oficial do(s) representante(s) legal(is) da empresa ou do procurador constituído;
- b) registro comercial, no caso de empresa individual;
- c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando aplicável;
- d) inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

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

11.16 Habilitação fiscal, social e trabalhista

11.16.1 Para comprovação da regularidade fiscal, social e trabalhista, deverão ser apresentados os documentos exigidos no edital, incluindo, quando aplicável:

- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ;
- b) prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional;
- c) prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;
- d) prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho;
- e) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual, distrital ou municipal, conforme o caso, pertinente ao ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- f) prova de regularidade com as Fazendas Estadual, Distrital ou Municipal, conforme o caso, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;
- g) declaração ou documento equivalente quando a licitante for isenta de tributos relacionados ao objeto contratual.

11.17 Qualificação econômico-financeira

11.17.1 Para comprovação da qualificação econômico-financeira, deverão ser apresentados os documentos exigidos no edital, observada a Lei Federal nº 14.133/2021, incluindo, quando aplicável:

- a) certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede da licitante;
- b) balanço patrimonial, demonstração de resultado do exercício e demais demonstrações contábeis dos últimos 2 (dois) exercícios sociais exigíveis, na forma da lei;
- c) comprovação da boa situação financeira da empresa, mediante obtenção de índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), iguais ou superiores a 1 (um), obtidos pela aplicação das seguintes fórmulas:

$$LG = (\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo} (\text{Passivo Não Circulante}))$$

$$SG = \text{Ativo Total} / (\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo} (\text{Passivo Não Circulante}))$$

$$LC = \text{Ativo Circulante} / \text{Passivo Circulante}$$

As empresas que apresentarem resultado inferior a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC) deverão comprovar capital social ou patrimônio líquido mínimo equivalente a 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação.

O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

d) comprovação de capital mínimo ou patrimônio líquido mínimo equivalente a 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação, observado o limite previsto no art. 69, § 4º, da Lei Federal nº 14.133/2021.

11.17.2 As exigências econômico-financeiras deverão observar proporcionalidade com o objeto, o valor estimado da contratação e os riscos da execução contratual, vedadas exigências excessivas ou desnecessárias que restrinjam indevidamente a competitividade.

11.18 Qualificação técnica

11.18.1 A qualificação técnica será comprovada mediante apresentação de atestado(s) de capacidade técnica, emitido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove(m) a prestação anterior de serviços compatíveis com o objeto desta contratação, relacionados à execução de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda.

11.18.2 Os atestados deverão demonstrar experiência da licitante em atividades compatíveis com o objeto, tais como planejamento, criação, produção, execução, supervisão, intermediação, veiculação, campanhas institucionais, campanhas de utilidade pública, ações publicitárias, produção de peças de mídia e não mídia, planos de mídia, pesquisas, estudos, mensuração ou demais atividades próprias da publicidade.

11.18.3 Será permitida a apresentação de um ou mais atestados, podendo ser considerados de forma conjunta para fins de comprovação da capacidade técnica.

11.18.4 Os atestados poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial da licitante, observadas as regras do edital.

11.18.5 A licitante deverá comprovar que se qualifica como agência de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965.

11.18.6 A licitante deverá apresentar certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

11.18.7 As exigências de qualificação técnica deverão guardar pertinência com o objeto da contratação, sendo vedadas exigências de características, quantidades, prazos ou condições excessivas que restrinjam indevidamente a competitividade.

12. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

12.1 Da ausência de quantitativos prévios

12.1.1 A presente contratação não envolve a quantificação prévia e exata dos produtos, peças, campanhas ou serviços publicitários a serem executados ao longo da vigência contratual.

12.1.2 Diferentemente das contratações de natureza comum, os serviços de publicidade não são executados de forma mecânica ou mediante itens previamente fechados, pois demandam estudo, planejamento, criação, desenvolvimento estratégico, aprovação da Administração e adequação ao problema de comunicação identificado em cada demanda.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

12.1.3 As demandas relacionadas a campanhas institucionais, campanhas de utilidade pública, produção de peças gráficas, digitais, audiovisuais e sonoras, planejamento de mídia, veiculação, pesquisas, estudos, mensuração de resultados e demais atividades compatíveis com o objeto contratado possuem caráter referencial, não constituindo itens autônomos de contratação nem obrigação de execução mínima.

12.1.4 A definição das ações publicitárias ocorrerá durante a execução contratual, mediante solicitação formal da Administração, apresentação de planejamento, peças, plano de mídia, orçamentos ou proposta de ação, conforme o caso, e somente poderá ser executada após aprovação prévia e autorização específica da Secretaria Municipal de Comunicação.

12.2 Do valor estimado da contratação

12.2.1 Embora não seja possível estabelecer quantitativos prévios e exatos de produtos, peças, campanhas ou serviços publicitários, a definição de um teto financeiro estimado é necessária para o adequado planejamento da contratação, para a reserva orçamentária e para a delimitação do valor máximo a ser executado durante a vigência contratual.

12.2.2 Para a presente contratação, estima-se o valor global de **R\$ 25.625.000,00 (VINTE E CINCO MILHÕES SEICENTOS E VINTE E CINCO MIL REAIS)**, correspondente ao teto financeiro previsto para a execução dos serviços de publicidade durante o período inicial de 12 meses.

12.2.3 O valor estimado não representa garantia de faturamento mínimo à agência contratada, tampouco obrigação de execução integral pela Administração, uma vez que os serviços serão executados sob demanda, conforme as necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação, mediante solicitação formal, aprovação prévia, autorização específica e comprovação da execução.

12.3 Da metodologia utilizada para estimativa do valor

12.3.1 A metodologia utilizada para definição do valor estimado encontra-se detalhada no **ANEXO II – JUSTIFICATIVA DO PREÇO**, que integra a instrução processual e consolida os elementos utilizados para definição do teto financeiro da presente contratação.

12.3.2 A estimativa do volume financeiro da contratação foi elaborada com base em três eixos principais: histórico de execução da contratação anterior extraído do sistema PRODATA; análise comparativa com contratos, editais, extratos, publicações oficiais e processos públicos semelhantes; e avaliação da necessidade de planejamento de médio e longo prazo, considerando a natureza continuada dos serviços de publicidade e a possibilidade de prorrogação sucessiva do contrato, nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

12.3.3 O primeiro parâmetro utilizado foi o histórico de execução da contratação anterior, formalizada no Processo Administrativo nº 2019030096, considerando os valores executados e pagos nos exercícios de 2023, 2024 e 2025, bem como os valores classificados como Despesas de Exercícios Anteriores – DEA, quando vinculados à execução contratual correspondente.

12.3.4 De acordo com o levantamento extraído do sistema PRODATA, foram identificados os seguintes valores globais executados no âmbito da contratação anterior:

Exercício | Critério considerado | Valor total considerado

➤ 2023 | Executado e pago | R\$ 12.147.928,98

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

- 2024 | Executado e pago | R\$ 12.511.729,62
- 2025 | Executado e pago | R\$ 10.935.289,46

Total do período analisado | 2023 a 2025 | R\$ 35.594.948,06

Média anual do período | 2023 a 2025 | R\$ 11.864.982,69

12.3.5 Os valores acima demonstram que a contratação anterior apresentou execução financeira relevante e recorrente, com volume anual superior a R\$ 10.000.000,00 nos três exercícios analisados, evidenciando a permanência da necessidade administrativa e a continuidade das demandas de publicidade institucional do Município.

12.3.6 Os formulários, relatórios, extratos ou demonstrativos extraídos do sistema PRODATA, utilizados para comprovação do histórico de execução financeira da contratação anterior, serão juntados aos autos como anexos próprios do processo, constituindo documentos de suporte da estimativa.

12.3.7 Como parâmetro complementar, foram analisados contratos, editais, extratos, publicações oficiais e processos públicos de serviços de publicidade, com objeto semelhante, localizados no Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP ou em fonte pública oficial equivalente, a fim de verificar a compatibilidade do teto financeiro estimado com contratações públicas similares.

12.3.8 Os referenciais comparativos analisados consideraram, entre outros aspectos, o objeto contratado, o valor global estimado, homologado ou contratado, a vigência, a possibilidade de prorrogação, o porte do ente contratante, a abrangência territorial e institucional da comunicação, o modelo de execução sob demanda, a quantidade de agências contratadas, as condições de remuneração, a forma de julgamento e a correspondência entre a natureza do objeto e as necessidades da Administração Municipal.

12.3.9 Foram utilizados como referenciais comparativos os seguintes procedimentos:

a) **Ministério das Comunicações** – Concorrência nº 90003/2024, Compra nº 5/2024, Processo nº 53115.003258/2024-12, com valor total estimado/homologado no PNCP de R\$ 25.000.000,00, referente à contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda;

b) **Município de Feira de Santana/BA** – Licitação nº 33-2025-07L, Concorrência Presencial nº 33-2025-CP, Processo Administrativo nº 9-2025, com valor total estimado/homologado de R\$ 22.000.000,00, referente à contratação de serviços de publicidade por intermédio de 05 agências de propaganda;

c) **Município de Hortolândia/SP** – Edital nº 22/2025, com valor total estimado de R\$ 22.000.000,00, referente à contratação de serviços de publicidade voltados à divulgação de atos, programas, obras e campanhas do Município;

d) **Município de Camaçari/BA** – Concorrência Presencial nº 0004/2025, Processo Administrativo nº 00268.11.07.611.2025, com orçamento básico de R\$ 20.000.000,00, referente à contratação de serviços de publicidade por intermédio de 02 agências de propaganda.

12.3.10 Os documentos utilizados como referência comparativa demonstram que contratações públicas recentes de serviços de publicidade, com objeto semelhante ao pretendido, adotaram valores globais de R\$ 25.000.000,00 (vinte e cinco milhões), R\$ 22.000.000,00 (vinte e dois milhões), R\$ 22.000.000,00 (vinte e dois milhões) e R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões), **confirmando que o teto financeiro pretendido se encontra em**



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

patamar compatível com parâmetros praticados por outros entes públicos.

12.3.11 No caso específico de Camaçari/BA, além da semelhança do objeto, considerou-se também o porte populacional semelhante ao Município de Palmas/TO, conforme indicado no **ANEXO II – JUSTIFICATIVA DO PREÇO**, o que reforça a pertinência da utilização desse procedimento como referência comparativa para análise de razoabilidade do teto financeiro.

12.3.12 A definição do valor global estimado de R\$ 25.625.000,00 (vinte e cinco milhões seiscentos e vinte e cinco mil reais) para a presente contratação encontra respaldo no histórico próprio de execução do Município, na continuidade das demandas institucionais, na necessidade de atendimento às ações de comunicação pública da Administração Direta e Indireta e nos parâmetros extraídos de contratações públicas semelhantes.

12.3.13 Além do histórico de execução contratual e dos referenciais comparativos, a estimativa considerou a necessidade de continuidade dos serviços, a recorrência das ações de comunicação pública, a previsão de campanhas institucionais, educativas, informativas e de utilidade pública, a demanda dos órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta, a necessidade de produção de materiais publicitários, a veiculação em meios de comunicação e os demais serviços inerentes à publicidade.

12.3.14 A possibilidade de prorrogação sucessiva do contrato, nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021, reforça a necessidade de planejamento adequado da contratação, sem que isso represente contratação automática pelo prazo máximo legal, garantia de execução integral do valor estimado ou compromisso financeiro para exercícios futuros.

12.3.15 Considerando que o contrato poderá, em tese, ser prorrogado sucessivamente até o limite legal aplicável, inclusive alcançando o exercício de 2036 caso iniciado em 2026 e preenchidos os requisitos legais em cada prorrogação, a definição do teto financeiro deve observar não apenas a execução histórica, mas também a perspectiva de continuidade, evolução e ampliação das demandas institucionais de comunicação pública.

12.3.16 A definição do valor global de R\$ 25.625.000,00 (vinte e cinco milhões seiscentos e vinte e cinco mil reais) busca conferir margem de planejamento suficiente para absorver variações ordinárias de demanda durante a vigência contratual inicial e permitir que eventuais prorrogações futuras, quando vantajosas e juridicamente cabíveis, ocorram preferencialmente pela continuidade temporal da contratação, sem que acréscimos extraordinários de valor sejam tratados como mecanismo ordinário de gestão contratual.

12.3.17 Eventuais acréscimos de valor deverão ser tratados como medida excepcional, condicionada à demonstração concreta de necessidade superveniente, interesse público, disponibilidade orçamentária e observância dos limites e requisitos da Lei Federal nº 14.133/2021.

12.3.18 Os contratos, processos administrativos, extratos do PNCP, publicações oficiais, termos de referência, editais, contratos, atos de adjudicação/homologação e demais documentos utilizados como referência comparativa serão juntados aos autos como anexos próprios do processo, juntamente com os formulários, relatórios, extratos ou demonstrativos extraídos do sistema PRODATA.

12.3.19 Assim, o valor estimado de R\$ 25.625.000,00 (vinte e cinco milhões seiscentos e vinte e cinco mil reais) foi definido considerando o histórico de execução da contratação anterior, os parâmetros extraídos dos exercícios de 2023, 2024 e 2025, a análise de contratações públicas semelhantes, o planejamento institucional da Secretaria Municipal de Comunicação e a necessidade de assegurar teto financeiro suficiente para a execução regular, contínua e eficiente dos serviços de publicidade institucional.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

12.4 Da natureza estimativa do valor

12.4.1 O valor estimado da contratação possui natureza meramente referencial e representa limite máximo de execução contratual, não constituindo obrigação de gasto integral pela Administração.

12.4.2 Os pagamentos somente serão realizados em razão das demandas efetivamente solicitadas, aprovadas, autorizadas, executadas e comprovadas, observadas as condições previstas no edital, no Termo de Referência, no contrato e na Lei Federal nº 12.232/2010.

12.4.3 A execução financeira da contratação dependerá da necessidade pública verificada em cada demanda, da disponibilidade orçamentária, da aprovação prévia da Secretaria Municipal de Comunicação e da regular comprovação dos serviços prestados.

12.4.4 Eventuais prorrogações contratuais deverão ser precedidas da demonstração de interesse público, disponibilidade orçamentária, vantajosidade da manutenção contratual e regularidade da execução, nos termos da legislação aplicável.

13. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

13.1 As despesas decorrentes da contratação correrão à conta da dotação orçamentária própria, a ser indicada pela unidade competente, conforme disponibilidade orçamentária e financeira.

AÇÃO (LOA)	NATUREZA DA DESPESA	SUBITEM	FONTE DE RECURSOS	VALOR (R\$)
5600.24.131.2501.4022	33.90.39	92	150000009	R\$25.625.000,00

Valor total estimado da contratação: R\$ 25.625.000,00 (Vinte e cinco milhões seiscentos e vinte e cinco mil reais).

14. CONDIÇÕES CONTRATUAIS, ALTERAÇÕES, GARANTIA E EXTINÇÃO DO CONTRATO

14.1 O contrato administrativo decorrente da licitação será formalizado nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021, da Lei Federal nº 12.232/2010, do edital, deste Termo de Referência e da minuta contratual.

14.2 A licitante vencedora terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da convocação, para assinar o respectivo instrumento contratual, salvo prazo diverso estabelecido no edital ou em ato de convocação devidamente motivado.

14.3 Caso a licitante vencedora não compareça no prazo estipulado para assinatura do contrato, recuse-se injustificadamente a assiná-lo ou deixe de apresentar a garantia contratual no prazo definido, a Administração poderá convocar as licitantes remanescentes, observada a ordem de classificação, para assinatura do contrato nas condições previstas na legislação e no edital, sem prejuízo das medidas administrativas cabíveis.

14.4 O contrato deverá estabelecer, no mínimo, o objeto, o valor global estimado, a vigência, as condições de execução sob demanda, as regras de remuneração, as obrigações das partes, a forma de fiscalização, as condições de pagamento, as hipóteses de alteração, a garantia contratual, as sanções, a extinção contratual e demais cláusulas necessárias.

14.5 Integrarão o contrato, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas no edital, neste Termo de Referência, no Briefing, na minuta contratual, nos anexos do procedimento, nos elementos apresentados pela



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento do certame e, quando for o caso, na Proposta de Preços negociada.

14.6 O contrato terá vigência inicial de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado sucessivamente, nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021, mediante interesse da Administração, demonstração de vantajosidade, disponibilidade orçamentária e regularidade da execução contratual.

14.7 A execução contratual ocorrerá sob demanda, conforme as necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação, mediante solicitação formal, aprovação prévia, autorização específica e comprovação da execução, não havendo garantia de faturamento mínimo à contratada nem obrigação de execução integral do teto financeiro pela Administração.

14.8 Cada agência contratada, caso haja mais de uma, executará os serviços conforme as demandas aprovadas pela Administração e, quando aplicável, conforme o procedimento de seleção interna previsto neste Termo de Referência, no edital e no contrato.

14.9 A Administração poderá avaliar periodicamente os serviços prestados pela contratada, inclusive quanto à qualidade técnica, cumprimento de prazos, conformidade documental, atendimento às demandas, comprovação de execução, desempenho no relacionamento institucional e observância das obrigações contratuais.

14.10 A contratada deverá manter estrutura operacional e equipe técnica compatíveis com a adequada execução dos serviços, assegurando capacidade de atendimento às demandas da Secretaria Municipal de Comunicação durante toda a vigência contratual.

14.11 A empresa deverá prever estrutura de atendimento apta a atender às demandas da Administração no Município de Palmas/TO, podendo fazê-lo por meio de escritório, sucursal, filial ou representante operacional, sem prejuízo da utilização de recursos tecnológicos e meios eletrônicos para acompanhamento da execução contratual.

14.12 Será de responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos, despesas, indenizações ou prejuízos decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos, representantes, fornecedores ou contratados no âmbito da execução autorizada.

14.13 A contratada deverá prestar esclarecimentos à Administração, independentemente de solicitação formal ou sempre que demandada, sobre atos, fatos, ocorrências, irregularidades, notícias ou circunstâncias que possam afetar a execução do contrato, a imagem institucional da Administração ou a regularidade dos serviços prestados.

14.14 A contratada não poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto da contratação, salvo quando houver prévia e expressa autorização da Secretaria Municipal de Comunicação ou quando se tratar de informação pública regularmente divulgada pela Administração.

14.15 É vedado à contratada caucionar, ceder, transferir, utilizar ou oferecer o contrato decorrente da presente contratação para qualquer operação financeira, sem prévia e expressa autorização da Administração.

14.16 A contratada deverá manter, durante toda a execução contratual, as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, inclusive a qualificação técnica de funcionamento prevista na Lei Federal nº 12.232/2010, quando aplicável, bem como a regularidade fiscal, social, trabalhista, econômico-financeira e



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

jurídica.

14.17 O contrato poderá ser alterado nas hipóteses e limites previstos na Lei Federal nº 14.133/2021, mediante justificativa formal, demonstração do interesse público e regular instrução processual.

14.18 A alteração contratual não poderá descaracterizar o objeto, transformar a contratação em atividade estranha à publicidade, afastar a disciplina da Lei Federal nº 12.232/2010 ou permitir a execução de serviços não abrangidos pelo objeto contratado.

14.19 Na hipótese de associação da contratada com outras empresas, cessão ou transferência, total ou parcial, fusão, cisão, incorporação ou alteração societária relevante, caberá à Administração decidir sobre a continuidade do contrato, com base em documentação comprobatória que demonstre a manutenção das condições de habilitação, qualificação técnica, capacidade operacional, regularidade jurídica e ausência de prejuízo ao interesse público.

14.20 A garantia contratual será exigida nos termos deste Termo de Referência, do edital e da minuta contratual.

14.21 Será exigida garantia contratual correspondente a 1% (um por cento) do valor inicial do contrato, observados os limites e condições previstos no art. 98 da Lei Federal nº 14.133/2021.

14.22 A garantia contratual deverá ser apresentada no prazo definido no edital e no contrato, podendo ser exigida na data da assinatura do contrato ou em até 30 (trinta) dias, conforme estabelecido no instrumento convocatório.

14.23 A contratada poderá optar por uma das seguintes modalidades de garantia, observadas as condições previstas na Lei Federal nº 14.133/2021, no edital e no contrato:

- a) caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública;
- b) seguro-garantia;
- c) Fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil;
- d) título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

14.24 A caução em dinheiro deverá ser depositada em conta indicada pela Administração, observadas as orientações do órgão competente do Município.

14.25 Os títulos da dívida pública deverão observar as condições legais aplicáveis, inclusive emissão sob forma escritural, registro em sistema centralizado de liquidação e custódia autorizado e avaliação pelos respectivos valores econômicos.

14.26 Na hipótese de seguro-garantia, a contratada deverá apresentar a respectiva apólice e o comprovante de pagamento do prêmio, devendo a apólice observar as condições previstas no edital e no contrato.

14.27 A apólice de seguro-garantia deverá indicar a Administração como beneficiária, possuir prazo de validade compatível com a vigência contratual, acrescido do período adicional definido no edital, e conter cláusulas que assegurem sua efetividade para cobertura das obrigações assumidas.

14.28 Na hipótese de fiança bancária, a contratada deverá apresentar instrumento emitido por instituição financeira autorizada, contendo expressa renúncia aos benefícios previstos nos arts. 827 e 835 do Código Civil, bem como indicação da Administração como beneficiária.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

14.29 Não serão aceitas garantias que contenham cláusulas contrárias ao interesse público, que limitem indevidamente sua execução, que condicionem sua eficácia a atos não previstos no edital ou que dificultem a cobertura das obrigações contratuais.

14.30 A não apresentação da garantia contratual no prazo estabelecido, caracterizará descumprimento da obrigação assumida, podendo ensejar as medidas previstas no edital, no contrato e na legislação aplicável, inclusive convocação de licitante remanescente, quando cabível.

14.31 A garantia prestada poderá ser utilizada pela Administração para cobrir multas, prejuízos, inadimplemento de obrigações contratuais ou demais valores devidos pela contratada em razão da execução contratual, sem prejuízo da cobrança de eventual saldo remanescente.

14.32 Utilizada total ou parcialmente a garantia, a contratada deverá recompor seu valor no prazo máximo de 20 (vinte) dias corridos, contados do recebimento da notificação expedida pela Administração, salvo prazo diverso previsto no edital ou no contrato.

14.33 A garantia prestada será liberada ou restituída após o integral cumprimento das obrigações contratuais, inclusive recolhimento de multas, satisfação de prejuízos causados à Administração, regularização de pendências e encerramento da execução contratual.

14.34 Quando prestada em dinheiro, a garantia será atualizada monetariamente na forma prevista no edital, no contrato e na legislação aplicável.

14.35 A garantia poderá ficar retida no caso de extinção contratual, até a definitiva solução das pendências administrativas ou judiciais existentes.

14.36 Em caso de extinção contratual por culpa da contratada, a garantia poderá ser retida definitivamente, integralmente ou até o limite necessário à cobertura dos prejuízos, multas ou obrigações inadimplidas, sem prejuízo das penalidades cabíveis e da cobrança de valores excedentes.

14.37 Na hipótese de prorrogação contratual, a Administração poderá exigir a renovação, complementação ou substituição da garantia, dentre as modalidades legalmente admitidas, no prazo definido no termo aditivo, no edital ou no contrato.

14.38 O contrato poderá ser extinto nas hipóteses previstas na Lei Federal nº 14.133/2021, no edital, neste Termo de Referência e na minuta contratual, mediante ato motivado e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando cabíveis.

14.39 A extinção contratual poderá ocorrer, entre outras hipóteses, por inadimplemento total ou parcial das obrigações, execução irregular, descumprimento de determinações da fiscalização, desvio de finalidade, perda das condições de habilitação, razões de interesse público, caso fortuito, força maior ou demais situações previstas na legislação e no contrato.

14.40 O contrato também poderá ser extinto, mediante decisão motivada da Administração e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a contratada:

- a) For atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam sua capacidade econômico-financeira para execução do contrato;
- b) For envolvida em fato público e notório que comprometa a execução contratual, a confiança



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

- institucional ou a imagem da Administração, desde que demonstrada a relação com o objeto contratado;
- c) Quebrar sigilo profissional ou divulgar indevidamente informações obtidas em razão da execução contratual;
 - d) Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha tido acesso em razão de suas atribuições contratuais;
 - e) Deixar de prestar, renovar, complementar ou recompor garantia suficiente para o cumprimento das obrigações contratuais;
 - f) Motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, respondendo por eventual aumento de custos e por perdas e danos que a Administração venha a sofrer;
 - g) Deixar de comprovar sua regularidade fiscal, social, trabalhista, previdenciária ou relativa ao FGTS, na forma exigida no edital e no contrato;
 - h) Vier a ser declarada inidônea ou impedida de licitar e contratar com a Administração Pública;
 - i) Deixar de comprovar ou perder a qualificação técnica de funcionamento exigida para agências de propaganda, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010;
 - j) Deixar de cumprir obrigações assumidas no edital, neste Termo de Referência, no contrato ou na legislação aplicável.

14.41 Em caso de extinção contratual, nenhuma remuneração adicional será devida à contratada, ressalvado o pagamento ou ressarcimento de despesas previamente autorizadas pela Administração, regularmente executadas, comprovadas, atestadas e previstas no contrato.

14.42 A extinção do contrato não afasta a responsabilidade da contratada por danos causados à Administração ou a terceiros, nem prejudica a aplicação das sanções cabíveis, a execução da garantia, a retenção de valores ou a cobrança de indenização suplementar, quando devida.

14.43 Eventuais serviços regularmente autorizados, executados e comprovados até a data da extinção contratual poderão ser pagos, desde que atestados pela fiscalização e observadas as retenções, glosas, compensações e demais providências cabíveis.

15. DA UTILIZAÇÃO DO SISTEMA DE REGISTRO DE PREÇOS

15.1 NÃO SE APLICA.

15.2 A presente contratação não será estruturada por Sistema de Registro de Preços, considerando que não se trata de aquisição eventual de itens padronizados, mas de prestação integrada de serviços de publicidade, com execução sob demanda, teto financeiro global, aprovação prévia das ações e disciplina específica na Lei Federal nº 12.232/2010.

16. DA POSSIBILIDADE DA CONTRATAÇÃO DIRETA

16.1 NÃO SE APLICA.

16.2 A contratação deverá ser precedida de licitação na modalidade **concorrência**, com critério de julgamento técnico e preço, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

17. DA ANÁLISE DOS RISCOS (Se aplicável)

17.1 Em atendimento ao art. 18, inciso X, da Lei Federal nº 14.133/2021, a contratação foi precedida de análise de riscos, destinada a identificar e tratar fatores que possam comprometer a fase preparatória, a seleção da proposta mais vantajosa e a regular execução do contrato.

17.2 A análise tem por objetivo mapear riscos operacionais, administrativos, técnicos, financeiros e contratuais relacionados à contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda,



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

permitindo a definição de medidas preventivas e corretivas para assegurar a continuidade da comunicação institucional, a regularidade da licitação e a adequada execução do objeto.

17.3 FASE DE ANÁLISE – PLANEJAMENTO DA CONTRATAÇÃO E SELEÇÃO DO FORNECEDOR

• RISCO 1 – PLANEJAMENTO DEFICIENTE DA CONTRATAÇÃO

Probabilidade: (x) Baixa () Média () Alto

Impacto: () Baixa (x) Média () Alto

Dano: Comprometimento da instrução processual, deficiência na definição da solução, inconsistência na justificativa da contratação e risco de descontinuidade dos serviços de publicidade institucional.

Ação Preventiva: Realizar planejamento prévio com base no Documento de Formalização da Demanda, no Estudo Técnico Preliminar, no histórico da contratação anterior, no levantamento de mercado, no briefing e nas necessidades institucionais da Secretaria Municipal de Comunicação.

Ação de Contingência: Revisar os documentos preparatórios, complementar a instrução processual e promover os ajustes necessários antes da publicação do edital.

• RISCO 2 – ELABORAÇÃO INADEQUADA DO TERMO DE REFERÊNCIA

Probabilidade: (x) Baixa () Média () Alto

Impacto: () Baixa () Média (x) Alto

Dano: Definição inadequada do objeto, inclusão de atividades estranhas à publicidade, falhas na execução contratual, dúvidas na fiscalização e risco de impugnações ou questionamentos pelos órgãos de controle.

Ação Preventiva: Elaborar o Termo de Referência observando a Lei Federal nº 12.232/2010, a Lei Federal nº 14.133/2021, o Estudo Técnico Preliminar, o Documento de Formalização da Demanda e os modelos referenciais analisados.

Ação de Contingência: Corrigir o Termo de Referência, ajustar o edital e, se necessário, republicar o instrumento convocatório com reabertura dos prazos legais.

• RISCO 3 – INADEQUAÇÃO DO BRIEFING

Probabilidade: () Baixa (x) Média () Alto

Impacto: () Baixa () Média (x) Alto

Dano: Apresentação de propostas técnicas desconectadas da necessidade administrativa, julgamento técnico prejudicado e seleção de solução publicitária incompatível com os objetivos da Administração.

Ação Preventiva: Elaborar briefing claro, objetivo e suficiente, contendo contexto institucional, desafio de comunicação, público-alvo, objetivos pretendidos, verba referencial e demais elementos necessários à elaboração do Plano de Comunicação Publicitária.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

Ação de Contingência: Revisar o briefing, prestar esclarecimentos aos licitantes e, se necessário, ajustar o instrumento convocatório antes da abertura das propostas.

• RISCO 4 – ESTIMATIVA INADEQUADA DO TETO FINANCEIRO GLOBAL

Probabilidade: () Baixa (X) Média () Alto

Impacto: () Baixa () Média (X) Alto

Dano: Definição de valor incompatível com as demandas institucionais, insuficiência de recursos para execução das campanhas ou fixação de teto financeiro desproporcional à necessidade administrativa.

Ação Preventiva: Utilizar histórico de execução da contratação anterior, valores executados nos exercícios de 2023, 2024, 2025 e 2026, contratos públicos semelhantes, planejamento institucional, levantamento prévio das condições de remuneração e demais documentos constantes dos autos.

Ação de Contingência: Reavaliar a estimativa, complementar a memória de cálculo, ajustar o teto financeiro e submeter a revisão à autoridade competente antes da publicação do edital.

• RISCO 5 – DEFINIÇÃO INADEQUADA DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

Probabilidade: (X) Baixa () Média () Alto

Impacto: () Baixa () Média (x) Alto

Dano: Julgamento subjetivo, restrição indevida à competitividade, impugnações ao edital, questionamentos pelos órgãos de controle e seleção de proposta incompatível com a natureza técnica do objeto.

Ação Preventiva: Definir critérios objetivos para avaliação da proposta técnica e da proposta de preço, observando a Lei Federal nº 12.232/2010, o critério técnica e preço, a pontuação máxima de 100 pontos para a proposta técnica e a metodologia de valoração da proposta de preços.

Ação de Contingência: Revisar os critérios de julgamento, ajustar a matriz de pontuação e republicar o edital, se necessário.

• RISCO 6 – FALHAS NA COMPOSIÇÃO OU ATUAÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Probabilidade: (x) Baixa () Média () Alto

Impacto: () Baixa () Média (x) Alto

Dano: Nulidade ou questionamento do julgamento técnico, comprometimento da isonomia, quebra da imparcialidade e risco de invalidação do procedimento licitatório.

Ação Preventiva: Observar as exigências legais relativas à composição, sorteio, publicidade, impedimentos e atuação da subcomissão técnica, garantindo que seus integrantes possuam formação ou atuação nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing.

Ação de Contingência: Substituir integrante impedido, refazer atos eventualmente comprometidos e adotar as



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

providências administrativas necessárias à preservação da regularidade do certame.

• RISCO 7 – INABILITAÇÃO DOS LICITANTES OU FRACASSO DO CERTAME

Probabilidade: () Baixa (X) Média () Alto

Impacto: () Baixa () Média (x) Alto

Dano: Atraso na contratação, risco de descontinuidade dos serviços de publicidade e necessidade de repetição do procedimento licitatório.

Ação Preventiva: Definir exigências de habilitação proporcionais e compatíveis com o objeto, incluindo certificado de qualificação técnica de funcionamento, atestados compatíveis, regularidade jurídica, fiscal, social, trabalhista e econômico-financeira, sem restringir indevidamente a competitividade.

Ação de Contingência: Reavaliar as exigências, republicar o edital, realizar novo certame ou adotar providência juridicamente cabível em caso de risco concreto de descontinuidade, mediante justificativa formal.

17.4 FASE DE ANÁLISE – FASE DE GESTÃO/EXECUÇÃO DO OBJETO:

• RISCO 1 – DESCONTINUIDADE DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:

Probabilidade: (x) Baixa () Média () Alto

Impacto: () Baixa () Média (X) Alto

Dano: Prejuízo à divulgação de campanhas institucionais, ações de utilidade pública, programas governamentais, atos oficiais e informações de interesse coletivo.

Ação Preventiva: Iniciar tempestivamente o procedimento licitatório, acompanhar os prazos processuais e planejar a transição entre o contrato vigente e a nova contratação.

Ação de Contingência: Adotar medidas administrativas cabíveis para evitar a interrupção dos serviços essenciais de comunicação pública, mediante justificativa formal e observância da legislação aplicável.

• RISCO 2 – EXECUÇÃO DE ATIVIDADES ESTRANHAS AO OBJETO DE PUBLICIDADE

Probabilidade: (x) Baixa () Média () Alto

Impacto: () Baixa (x) Média (x) Alto

Dano: Utilização indevida do contrato para assessoria de imprensa, relações públicas, eventos festivos, comunicação não publicitária ou outras atividades não abrangidas pela Lei Federal nº 12.232/2010.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

Ação Preventiva: Delimitar claramente o objeto no Termo de Referência, no edital e no contrato, vedando expressamente atividades estranhas aos serviços de publicidade.

Ação de Contingência: Rejeitar a demanda incompatível, redirecionar a necessidade para contratação própria e registrar a ocorrência para fins de controle interno.

• RISCO 3 – EXECUÇÃO DE SERVIÇOS SEM AUTORIZAÇÃO PRÉVIA DA ADMINISTRAÇÃO

Probabilidade: (x) Baixa () Média () Alto

Impacto: () Baixa () Média (x) Alto

Dano: Realização de despesas não autorizadas, dificuldade de fiscalização, glosa de valores e prejuízo ao erário.

Ação Preventiva: Exigir solicitação formal, aprovação prévia e autorização específica da Secretaria Municipal de Comunicação para cada campanha, peça, plano de mídia, produção, contratação de fornecedor ou veiculação.

Ação de Contingência: Recusar o pagamento de despesas não autorizadas, determinar a correção do fluxo de execução e instaurar procedimento de apuração de responsabilidade, quando cabível.

• RISCO 4 – FALHAS NA COMPROVAÇÃO DA PRODUÇÃO OU VEICULAÇÃO

Probabilidade: () Baixa (X) Média () Alto

Impacto: () Baixa () Média (X) Alto

Dano: Pagamento por serviço não comprovado, dificuldade de liquidação da despesa, questionamentos pelos órgãos de controle e prejuízo ao erário.

Ação Preventiva: Exigir documentos comprobatórios adequados, tais como ordens de serviço, autorizações, peças aprovadas, relatórios, comprovantes de produção, comprovantes de veiculação, pedidos de inserção, notas fiscais, prints, registros, relatórios de mídia e demais documentos pertinentes.

Ação de Contingência: Suspender a liquidação e o pagamento até a regularização documental, glosar valores não comprovados e adotar medidas de responsabilização, quando cabíveis.

• RISCO 5 – ATRASO NA EXECUÇÃO DE CAMPANHAS OU DEMANDAS PUBLICITÁRIAS

Probabilidade: () Baixa (x) Média () Alto

Impacto: () Baixa (x) Média () Alto

Dano: Perda de oportunidade de comunicação, prejuízo à divulgação de campanhas sazonais, emergenciais ou de utilidade pública e comprometimento da efetividade da ação publicitária.

Ação Preventiva: Definir prazos compatíveis com a complexidade da demanda, acompanhar cronogramas, manter comunicação formal com a contratada e exigir planejamento prévio das ações.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

Ação de Contingência: Readequar cronogramas, priorizar demandas urgentes, aplicar sanções contratuais quando cabível e redistribuir demandas entre agências contratadas, se houver mais de uma.

• RISCO 6 - DESCUMPRIMENTO DAS REGRAS DE DIREITOS AUTORAIS

Probabilidade: () Baixa (x) Média () Alto

Impacto: () Baixa () Média (X) Alto

Dano: Restrição ao uso de campanhas, peças ou materiais publicitários, cobrança posterior por terceiros, litígios e prejuízo à Administração.

Ação Preventiva: Prever cessão de direitos patrimoniais de autor e conexos no edital, no contrato e nos instrumentos firmados com fornecedores externos, observando os limites necessários ao uso pela Administração.

Ação de Contingência: Suspender o uso do material, exigir regularização documental, substituir peças ou materiais e apurar eventual responsabilidade da contratada.

• RISCO 7 - CLÁUSULAS DE PENALIDADES GENÉRICAS OU INSUFICIENTES

Probabilidade: () Baixa (x) Média () Alto

Impacto: () Baixa (X) Média () Alto

Dano: Dificuldade de aplicação de sanções, baixa efetividade das medidas corretivas e risco de manutenção de falhas contratuais.

Ação Preventiva: Definir no Termo de Referência, no edital e no contrato hipóteses claras de descumprimento, sanções aplicáveis, critérios de dosimetria e procedimentos de apuração.

Ação de Contingência: Instaurar procedimento administrativo de responsabilização com base na legislação vigente, no edital e no contrato, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

18. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

18.1 A contratada ficará sujeita às sanções administrativas previstas na Lei Federal nº 14.133/2021, no edital e no contrato, em caso de inexecução total ou parcial do objeto, atraso injustificado, execução em desconformidade, apresentação de documentação falsa, fraude, comportamento inidôneo, descumprimento de obrigações contratuais ou demais infrações previstas na legislação.

18.2 A aplicação das sanções observará o devido processo administrativo, assegurados o contraditório e a ampla defesa, bem como os princípios da proporcionalidade, razoabilidade, motivação, gravidade da conduta, prejuízos causados à Administração e circunstâncias do caso concreto.

18.3 Poderão ser aplicadas à contratada, sem prejuízo da reparação de danos causados à Administração ou a terceiros, as seguintes sanções:

- I - advertência;
- II - multa de mora;
- III - multa por inexecução contratual;



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

- IV - impedimento de licitar e contratar;
- V - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

18.4 A advertência poderá ser aplicada em caso de descumprimento parcial das obrigações contratuais, falhas formais, atrasos ou outras ocorrências que possam causar transtornos ao regular desenvolvimento dos serviços, desde que não se justifique a aplicação de penalidade mais grave.

18.5 No ato de aplicação da advertência, a Administração poderá fixar prazo para que a contratada cumpra a obrigação pendente, corrija a irregularidade ou adote as providências necessárias à regularização da execução contratual.

18.6 A multa de mora poderá ser aplicada em razão de atraso injustificado no cumprimento do objeto, na entrega de materiais, na execução de serviços, na apresentação de documentos, na correção de inconsistências ou no cumprimento de prazos estabelecidos pela Administração.

18.7 O atraso injustificado sujeitará a contratada à multa de 1% (um por cento) por dia de atraso, contado do primeiro dia útil subsequente ao término do prazo fixado, limitada a 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida.

18.8 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias úteis poderá caracterizar inexecução total ou parcial do contrato, conforme a natureza da obrigação descumprida, sem prejuízo da aplicação das demais sanções cabíveis.

18.9 A multa por inexecução contratual poderá ser aplicada nas hipóteses de inexecução parcial, execução insatisfatória, execução em desconformidade com a demanda aprovada, descumprimento de obrigação contratual, interrupção indevida dos serviços ou inexecução total do contrato.

18.10 A inexecução parcial ou a execução insatisfatória sujeitará a contratada à multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal, da ordem de serviço, da obrigação inadimplida ou da parcela contratual afetada, conforme o caso.

18.11 A inexecução total do contrato, a recusa injustificada em assinar o instrumento contratual, a não apresentação da garantia contratual, a interrupção da execução sem prévia autorização da Administração ou o abandono da execução contratual poderão sujeitar a contratada à multa compensatória de 20% (vinte por cento), calculada sobre o valor estimado do contrato ou sobre o valor da parcela afetada, conforme definido no edital e no contrato.

18.12 O valor das multas poderá ser descontado da garantia contratual, quando houver, dos pagamentos devidos à contratada, da fatura de quaisquer serviços referentes ao contrato, ou cobrado administrativa ou judicialmente, sem prejuízo da aplicação de outras sanções cabíveis.

18.13 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, contado do recebimento da comunicação enviada pela Administração, salvo prazo diverso previsto no edital ou no contrato.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

18.14 O impedimento de licitar e contratar poderá ser aplicado quando a contratada, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução contratual, praticar infração prevista na Lei Federal nº 14.133/2021 ou descumprir obrigação de forma grave, observado o devido processo administrativo.

18.15 O impedimento de licitar e contratar poderá ser aplicado, entre outras hipóteses, quando a contratada:

- I - Atrasar injustificadamente o cumprimento de obrigações assumidas contratualmente, causando prejuízo à Administração;
- II - Executar de forma insatisfatória o objeto contratado, especialmente se já houver aplicação anterior de advertência ou multa;
- III - não concluir os serviços contratados;
- IV - Prestar serviços em desacordo com as especificações constantes da ordem de serviço, do pedido de inserção, do orçamento autorizado, do plano aprovado, do edital ou do contrato, após solicitação de correção pela Administração;
- V - Cometer irregularidade que cause prejuízo à Administração e enseje a extinção contratual por sua culpa;
- VI - Apresentar documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, para participar da licitação ou para comprovar, durante a execução, a manutenção das condições de habilitação;
- VII - demonstrar, a qualquer tempo, ausência de idoneidade para contratar com a Administração em razão de atos ilícitos praticados;
- VIII - praticar ato tipificado como ilícito administrativo ou penal durante o procedimento licitatório ou a execução contratual;
- IX - Reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações obtidas em razão da execução contratual, sem consentimento prévio e expresso da Administração;
- X - Descumprir obrigações relativas à cessão de direitos autorais, sigilo profissional, proteção de dados, regularidade fiscal, comprovação de execução ou prestação de garantia contratual.

18.16 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderá ser aplicada nas hipóteses de maior gravidade, especialmente quando constatada má-fé, ação dolosa, fraude, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas graves, prática de atos ilícitos ou conduta que demonstre ausência de idoneidade da contratada para contratar com a Administração Pública.

18.17 A declaração de inidoneidade poderá ser aplicada, entre outras hipóteses, quando a contratada:

- I - Sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de tributos;
- II - Demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a Administração, em razão de atos ilícitos praticados;
- III - reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações obtidas em razão da execução contratual, sem autorização prévia da Administração;
- IV - Apresentar documentação falsa, fraudar a execução contratual ou praticar ato com finalidade de obter vantagem indevida;
- V - Causar prejuízo relevante à Administração mediante conduta dolosa, fraudulenta ou de grave má-fé.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

18.18 A declaração de inidoneidade impedirá a contratada de licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação, nos termos da legislação aplicável.

18.19 As sanções previstas neste item são independentes entre si e poderão ser aplicadas isolada ou cumulativamente, conforme a gravidade da infração, sem prejuízo da extinção contratual, da execução da garantia, da retenção de pagamentos, da glosa de valores, da obrigação de reparar danos e da adoção de outras medidas cabíveis.

18.20 A aplicação das sanções não exclui a possibilidade de responsabilização da contratada por perdas e danos causados à Administração, inclusive indenização suplementar quando o prejuízo exceder o valor das multas aplicadas.

18.21 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurados à contratada o contraditório, a ampla defesa e os recursos cabíveis.

18.22 As sanções aplicadas deverão ser registradas nos sistemas competentes, quando cabível, observadas as normas legais e regulamentares aplicáveis.

19. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

19.1 A Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM, órgão central responsável pela coordenação das ações de comunicação institucional da Prefeitura de Palmas, exerce papel estratégico na divulgação dos atos administrativos, campanhas educativas, programas governamentais, políticas públicas e demais ações do Poder Executivo Municipal, em observância ao princípio da publicidade previsto no art. 37 da Constituição Federal.

19.2 Conforme a descrição deste Termo de Referência, o objeto da contratação consiste na prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada e contínua, destinadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias institucionais aos veículos e demais meios de divulgação.

19.3 A presente contratação deverá observar o Documento de Formalização da Demanda, o Estudo Técnico Preliminar, este Termo de Referência, o Briefing, o edital, a minuta contratual, a Lei Federal nº 12.232/2010, a Lei Federal nº 4.680/1965, o Decreto Federal nº 57.690/1966, a Lei Federal nº 14.133/2021, aplicada subsidiariamente, e demais normas aplicáveis.

19.4 A contratada deverá executar os serviços conforme as condições estabelecidas neste Termo de Referência, no edital, no contrato, no Briefing, nas demandas formalmente autorizadas pela Administração e nas normas aplicáveis aos serviços de publicidade, realizando eventuais correções, complementações ou ajustes apontados pela fiscalização, sem ônus adicional quando decorrentes de falha ou desconformidade imputável à contratada.

19.5 A contratada deverá manter a regularidade jurídica, fiscal, social, trabalhista, econômico-financeira e técnica durante toda a vigência contratual, sob pena de adoção das medidas previstas na legislação, no edital e no contrato.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

19.6 A licitação e a execução do contrato observarão a Lei Federal nº 12.232/2010, por se tratar de norma especial aplicável à contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, bem como a Lei Federal nº 14.133/2021, de forma subsidiária, no que couber, assegurando competitividade, isonomia, planejamento, eficiência, economicidade, transparência, julgamento técnico adequado e seleção da proposta mais vantajosa.

19.7 O contrato estabelecerá as condições necessárias para garantir clareza, segurança jurídica, execução sob demanda, adequada fiscalização, comprovação dos serviços, regularidade dos pagamentos, observância do teto financeiro e conformidade da execução com o objeto contratado.

19.8 A agência vencedora do certame obriga-se a prestar os serviços a que se refere este Termo de Referência, observadas as especificações, condições, diretrizes e exigências aqui descritas, sendo de sua responsabilidade a correção, substituição, refazimento ou adequação dos serviços quando constatada desconformidade com a demanda aprovada, com o Briefing, com o plano autorizado, com o edital, com o contrato ou com a legislação aplicável.

19.9 Em cumprimento às disposições da Lei Federal nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, Lei de Acesso à Informação – LAI, este Termo de Referência é classificado como documento de acesso público, ressalvadas as informações que, por sua natureza, possam ser consideradas sigilosas nos termos dos arts. 23 e 31 da referida Lei.

19.10 As informações pendentes de coleta interna deverão ser complementadas antes da aprovação final deste Termo de Referência e da publicação do edital, especialmente quanto ao valor estimado da contratação, dotação orçamentária, quantidade de agências, percentuais de honorários, descontos, repasses, pesos atribuídos à técnica e ao preço e demais dados necessários à regular instrução do procedimento.

19.11 Os casos omissos serão solucionados com base na legislação vigente, nas normas aplicáveis à contratação de serviços de publicidade, nas disposições do edital e do contrato, bem como nas orientações dos órgãos competentes.

19.12 Conclui-se que a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda é medida necessária ao adequado desempenho das atribuições institucionais da Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM, especialmente para garantir a continuidade, o planejamento, a eficiência e a qualidade técnica das ações de comunicação pública do Município.

19.13 A solução proposta demonstra-se **tecnicamente apropriada, economicamente vantajosa e compatível com as necessidades operacionais** da Pasta, garantindo **eficiência na execução dos serviços, transparência nos procedimentos e racionalidade no uso dos recursos públicos**.

19.14 Em cumprimento às disposições da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 (Lei de Acesso à Informação - LAI), o Termo de Referência (TR) referente à presente contratação é classificado como documento de acesso público, salvo as informações que, por sua natureza, possam ser consideradas sigilosas nos termos dos artigos 23 e 31 da referida Lei.

19.15 Dessa forma, **recomenda-se o prosseguimento do processo de contratação**, com observância das etapas legais, das condições definidas neste Termo de Referência e das normas aplicáveis à licitação e contratação de serviços de publicidade.

20. ASSINATURAS

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

Requisitante

RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA

Superintendente de Conteúdo

Responsáveis pela elaboração do Termo de Referência

RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA

Superintendente de Conteúdo

RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO

Assessor Técnico

Aprovação do Termo de Referência

DÉBORAH DE MIRANDA LÔBO

Secretária Municipal de Comunicação

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026
ANEXO II - MINUTA CONTRATUAL

Contrato de prestação de serviços de Publicidade e Propaganda nº XX/2.026, **que entre si celebram o Município de Palmas/TO., e a empresa** _____.

O MUNICÍPIO DE PALMAS/TO, ente público, por meio da Secretaria_____, com sede sito na _____, inscrita sob o CNPJ nº _____, neste ato representada pelo seu secretário(a). _____, brasileiro(a), residente e domiciliado(a) em _____, portador da cédula de identidade _____, inscrito(a) no CPF nº _____, doravante denominada **CONTRATANTE/ANUNCIANTE**, e a empresa _____, com sede em _____, na _____, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____, neste ato representada por _____, brasileiro(a), residente e domiciliado(a) no endereço _____, inscrito(a) no CPF/MF sob o nº _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____, doravante denominada **CONTRATADA/AGÊNCIA**, resolvem celebrar o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade, objeto da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 0__/2.026**, Processo Administrativo de autos nº _____/2.026, mediante os termos e condições a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA – LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei Federal nº 12.232/2.010, e, de forma complementar da Lei Federal nº 14.133/2.021, da Lei Federal nº 4.680/1.965, do Decreto Federal nº 57.690/1.966, e demais normas aplicáveis à espécie.

1.2 Os serviços do presente contrato serão realizados na forma de execução indireta, e regime de empreitada por preço unitário e passam a fazer parte deste contrato – e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 0__/2.026** e seus anexos, bem como as Propostas Técnicas e de Preços da(s) CONTRATADA(S).

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1 Os serviços compreendem 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 das ações publicitárias de competência do MUNICÍPIO DE PALMAS/TO, aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade, e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, cumprindo uma de suas missões, conforme condições e especificações estabelecidas no presente Edital o Certame licitatório e neste termo.

2.1.1 Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução deste contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias.
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela CONTRATADA.

2.1.1.1 - As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do CONTRATANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária;
- d) Verificar o apoio popular acerca das campanhas e gestões em todos os níveis de Poder do Executivo do Município de Palmas-TO, suas atuações, satisfação e aprovação da população assistida, com vistas a implementação de políticas públicas e sugestões à legislação orçamentária, vedada a promoção pessoal de qualquer gestor e aplicação inapropriada.

2.1.2 Os serviços previstos no subitem 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações-públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimentos comercializados por veículo de comunicação.

2.2 A CONTRATADA atuará por ordem e conta do CONTRATANTE, em conformidade com o artigo 3º da Lei Federal nº 4.680/1.965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3 A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda como objeto principal para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

2.4 A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação do CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no referido certame, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

2.5 As agências contratadas serão submetidas, na execução do contrato, ao Procedimento de Seleção Interna, conforme Anexo X (Procedimento de Seleção Interna)

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1 O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1 O CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do artigo 107, da Lei Federal nº 14.133/2.021.

3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pelo CONTRATANTE, em conformidade com o subitem 7.10 deste contrato.

3.1.3 Havendo prorrogação da vigência, o contrato poderá ter o seu valor reajustado anualmente, tendo com referência a variação do IPCA – Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo, divulgado pelo IBGE, ou outro que venha substituí-lo.

CLÁUSULA QUARTA – RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E VALOR ESTIMADO

4.1 As despesas decorrentes à execução dos serviços expostos na Cláusula Segunda deste Contrato, para os primeiros 12 (doze) meses estão estimadas em **R\$ 25.625.000,00** (vinte e cinco milhões, seiscentos e vinte e cinco mil reais).

4.2 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2026 estará consignado na Lei Orçamentária Anual de 2025 do Poder Executivo do Município de Palmas/TO, nas seguintes classificações orçamentárias: **24.131.2501.4022**; Natureza da Despesa: **3.3.90.39**; Fonte de Recursos **150000009**.

4.3 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato serão consignadas nos próximos exercícios, no Orçamento, as dotações específicas ao atendimento do referido contrato.

4.4 O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

CLÁUSULA QUINTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1 Constituem obrigações da(s) CONTRATADA(S), além das demais previstas em Lei, no Edital do Certame, neste contrato ou dele decorrentes:



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

5.1.1 Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2 Centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE em Palmas/TO, onde, para esse fim, manterá escritório. A seu juízo, a(s) CONTRATADA(S) poderá(ão) utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1 A(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Palmas/TO, estrutura mínima de atendimento e departamento de criação, compatíveis com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

5.1.3 Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.

5.1.4 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

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

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

5.1.5.1.1 O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à(s) CONTRATADA(S) e a outras agências, nos termos do artigo 18 da Lei Federal nº 12.232/2.010.

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

5.1.5.3 A(s) CONTRATADA(S) não poderá(ão), 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.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

5.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da(s) CONTRATADA(S) e a submeterá(ão) a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, 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.

5.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

I – Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II – Apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, observado o artigo 14 da Lei Federal nº 12.232/2.010;

III – 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;

IV – A cotação deverá ser apresentada no 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;

V - Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no 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 o serviço a ser fornecido.

5.1.7.1 Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste contrato, a(s) CONTRATADA(S) coletará(ão) orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE.

5.1.7.2 O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

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

5.1.7.4 Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

a) Supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela(s) CONTRATADA(S) quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente do valor.

5.1.7.5 Cabe à(s) CONTRATADA(S) informar(em), por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos. As disposições dos subitens 5.1.7 a 5.1.7.5 não se aplicam à compra de tempos e ou espaços publicitários.

5.1.7.6 As disposições dos subitens 5.1.7 a 5.1.7.5 não se aplicam à compra de tempos e ou espaços publicitários.

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

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

I - Um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II – Dirigente ou empregado da(s) CONTRATADA(S) tenha(m) participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

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

5.1.9.1 A(s) CONTRATADA(S) só poderá(ão) 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.

5.1.10 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, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei Federal nº 12.232/2.010.

5.1.11 Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, 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, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s)



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei Federal nº 12.232/2.010.

5.1.11.1 O estudo de que trata o subitem 5.1.11 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(s) CONTRATADA(S).

5.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 06 (seis) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.11.1.2 Ao final do período de 06 (seis) meses, a(s) CONTRATADA(S) apresentará(ão) o novo estudo, que vigorará durante os 06 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.11.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, o CONTRATANTE solicitará novo estudo à(s) CONTRATADA(S) e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.12 Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do CONTRATANTE, arquivos de mídia, armazenado em nuvem, por meio de link protegido por senha, com acesso restrito, que deverá ser mantido pela(s) CONTRATADA(S) até 05 (cinco) anos ao término de vigência do contrato e eventuais prorrogações a serem firmado(s), sem ônus para o ANUNCIANTE:

TV e Cinema: arquivos digitais;

Internet em arquivos digitais;

Rádio: com arquivos digitais;

Mídia impressa e material publicitário: em arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

5.1.13 Manter, durante o período de, no mínimo, 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 5.1.12, armazenado em nuvem, por meio de link protegido por senha, com acesso restrito, sem ônus para a CONTRATANTE.

5.1.14 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo CONTRATANTE.

5.1.14.1 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 5.1.12.

5.1.15 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.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

5.1.16 Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o CONTRATANTE e a(s) CONTRATADA(S), com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos, e, também, para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

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

5.1.16.2 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.

5.1.17 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(s) CONTRATADA(S) pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela(s) própria(s) CONTRATADA(S) ou por fornecedores e veículos por ela(s) contratados.

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

5.1.19 Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a(s) CONTRATADA(S), independentemente de solicitação.

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

5.1.21 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 artigo 4º, e seu § 1º da Lei Federal nº 12.232/2.010.

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

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

5.1.24 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, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.25 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.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

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

5.1.27 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 ao próprio CONTRATANTE.

5.1.28 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.

5.1.29 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.

5.1.30 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.

5.1.31 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.

5.1.31.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a(s) CONTRATADA(S) adotará(ão) as providências necessárias no sentido de preservar o 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.

5.1.32 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.

5.1.33 Não manter, na vigência deste contrato, nenhum encargo de publicidade, promoção ou comunicação de empresa concorrente do CONTRATANTE.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

6.1 Constituem obrigações do CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a(s) CONTRATADA(S);



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

b) comunicar, por escrito, à(s) CONTRATADA(S), 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 quatro) horas úteis;

c) fornecer e colocar à disposição da(s) CONTRATADA(S) todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à(s) CONTRATADA(S) e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela(s) CONTRATADA(S);

e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

f) notificar, formal e tempestivamente, a(s) CONTRATADA(S) sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

g) notificar a(s) CONTRATADA(S) por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.2 A juízo do CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a(s) CONTRATADA(S) apresentou(aram) na concorrência que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1 O CONTRATANTE designará por meio de Portaria o(s) fiscal(is) titular(es) e suplente(s), sendo este(s) seu(s) servidor(es), para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a(s) CONTRATADA(S), objetivando sua imediata.

7.2 A fiscalização pelo CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da(s) CONTRATADA(S) pela perfeita execução dos serviços.

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

7.4 A(s) CONTRATADA(S) adotará(ão) as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o CONTRATANTE.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

7.5 A aprovação dos serviços executados pela(s)CONTRATADA(S) ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.6 A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente à irregularidade ou falhas, não exime a(s)CONTRATADA(S) das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.7 A(s) CONTRATADA(S) permitirá(ão) e oferecerá(ão) condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.8 A(s) CONTRATADA(S) se obriga(m) a permitir(em) que a auditoria interna do CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

7.9 À CONTRATANTE, é facultado, o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela(s) CONTRATADA(S).

7.10 O CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela(s) CONTRATADA(S).

7.10.1 A avaliação semestral será considerada pelo CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da(s) CONTRATADA(S), correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela(s) CONTRATADA(S), declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.10.2 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO

8.1 Pelos serviços prestados, a(s) CONTRATADA(S) será(ão) remunerada(s) e ressarcida(s) conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1 Honorários de % (por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da(s)CONTRATADA(S), referentes à produção e à execução técnica de peças e ou materiais publicitários.

8.1.2 Honorários de % (por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da(s)CONTRATADA(S), referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

8.1.3 Honorários de % (por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da(s) CONTRATADA(S), referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

8.1.4 Desconto de % (por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela(s) CONTRATADA(S).

8.1.4.1 Os layout, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela(s) CONTRATADA(S).

8.1.4.2 A(s) CONTRATADA(S) se compromete(m) a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços tabela da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.5, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.1 a 8.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da(s) CONTRATADA(S).

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

8.3.1 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da(s) CONTRATADA(S), 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.

8.4 A(s) CONTRATADA(S) não fará(ão) jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.5 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a(s) CONTRATADA(S) fará(ão) jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/1.965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei Federal nº 4.680/1.965, aprovado pelo Decreto Federal nº 57.690/1.966.

9.1.1 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à(s) CONTRATADA(S) pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do CONTRATANTE, nos termos do artigo 19 da Lei Federal nº 12.232/2.010.

9.2 A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE 3% (três por cento) do valor da tabela de preços do veículo de divulgação, já deduzidos os descontos comerciais resultantes de cada negociação, nos termos do Anexo B, das Normas-Padrão do CENP.

9.2.1 Nas veiculações realizadas no exterior, a(s) CONTRATADA(S) apresentará(ão), juntamente com as tabelas de preços dos veículos programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

9.2.2 Quando a política de preços for similar à praticada no Brasil, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação à base do percentual bruto praticado em cada país, que incidirá sobre os preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1 A(s) CONTRATADA(S) cede(m) à 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, conforme disposto no artigo 93 da Lei Federal nº 14.133/2.021, e demais normas aplicáveis à espécie.

10.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2 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(s) CONTRATADA(S), seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.1.3 A juízo do CONTRATANTE, as peças criadas pela(s) CONTRATADA(S) poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Municipal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a(s) CONTRATADA(S).

10.1.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2 Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a(s) CONTRATADA(S) solicitará(ão) dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pelo CONTRATANTE.

10.2.1 A(s) CONTRATADA(S) utilizará(ão) 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 nos subitens 10.2.1.1 a 10.2.3.

10.2.1.1 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 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2 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 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.2.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens

10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

10.3 Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

10.4 A(s) CONTRATADA(S) se obriga(ão) a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pelo CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

10.5 A(s) CONTRATADA(S) se obriga(m) a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de cinco (05) anos, contado da data do pagamento do serviço, pela(s) CONTRATADA(S) ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II – Que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, o CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da(s) CONTRATADA(S) ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - Que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.6 O CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal. Nesses casos, quando couber, a(s) CONTRATADA(S) ficará(ão) responsável(is) pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo CONTRATANTE, a(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) apresentar:

A correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ nº, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II - A primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela(s)



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

CONTRATADA(S) à CONTRATANTE, na sede da Secretaria Municipal de Comunicação ou em local previamente indicado de comum acordo entre a Administração e a Contratada.

11.1.2 O Fiscal deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela(s) CONTRATADA(S) todas as condições pactuadas.

11.2 A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da(s) CONTRATADA(S):

I - Serviços executados pela(s) CONTRATADA(S):

a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1.

II - Serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1 As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea 'a' do inciso II do subitem 11.2.

11.2.2 Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, rede nacional, além das providências previstas na alínea 'd' do subitem 11.2 a(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

11.2.3 Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei Federal nº 12.232/2.010, serão conferidos e atestados pelo Fiscal deste contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela(s) CONTRATADA(S) à CONTRATANTE.

11.3 O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4 Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições dos subitens 9.2.1 deste contrato.

11.5 No tocante à veiculação, além do previsto na alínea 'd' do inciso II do subitem 11.2, a(s) CONTRATADA(S) fica(m) obrigada(s) a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante o CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) apresentar:

I - TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

I.1 - como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a(s) CONTRATADA(S) poderá(ão) apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

I.2 - como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.1 deste subitem, a(s) CONTRATADA(S) poderá(ão) apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

Mídia Exterior:

II.1 - Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.2 - Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.3 - Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelo sistema Publicidade, demonstrando que veiculou a peça, acompanhado do print da tela.

11.5.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem

11.5.1 Serão estabelecidas formalmente pelo CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.6 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da(s) CONTRATADA(S).

11.6.1 A(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) apresentar, conforme o caso: Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS; Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND; Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional; Certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município; a Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT; e ainda as Certidões relativas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e o Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), conforme e nos termos do § 4º, do artigo 91, da Lei Federal nº 14.133/2021.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

11.7 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.7.1 Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.8 O CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da(s) CONTRATADA(S), com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.8.1 Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a Contratada não tenha concorrido, de alguma forma, 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, assim apurado:

$I = (TX)$

$I = \frac{6/100}{365}$

I = (índice apurado)

TX = Percentual da taxa anual = (calculada pela última variação vigente).

11.9 O CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela(s) CONTRATADA(S), que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.10 Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela(s) CONTRATADA(S) em até 05 (cinco) dias úteis após o recebimento da ordem bancária do CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.10.1 A(s) CONTRATADA(S) informará(ão) à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês, com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.10.2 A liquidação da despesa se dará no prazo de até 10 (dez) dias úteis, a contar do recebimento da nota fiscal, conforme dispõe o art. 7º, §3º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77/2022

11.10.1.1 Os dados e formato dos controles serão definidos pelo CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento do CONTRATANTE, data do pagamento da(s) CONTRATADA(S), número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

11.10.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da(s) CONTRATADA(S), até que seja resolvida a pendência.

11.10.2.1 Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação do CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da(s) CONTRATADA(S).

11.10.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, o CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

11.10.2.3 Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempos e ou espaços, o CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela(s) CONTRATADA(S), dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

11.10.3 Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela(s) CONTRATADA(S), de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.11 O CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA

9.1 Cada CONTRATADA prestará garantia, em até 30 (trinta) dias após a assinatura deste contrato, em favor do CONTRATANTE, de 1% (um por cento) do valor inicial contratado.

9.2 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a(s) CONTRATADA(S) deverá(ão) proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.

9.3 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a(s) CONTRATADA(S) se obriga(m) a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.

9.4 Na hipótese de prorrogação deste contrato, o CONTRATANTE exigirá nova garantia escolhida pela(s) CONTRATADA(S) dentre as modalidades previstas no artigo 96 da Lei Federal nº 14.133/2.024, vedada a fiança fidejussória.

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

9.4.1 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 20 (vinte) dias, contado da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

9.5 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da(s) CONTRATADA(S), no prazo de 30 (trinta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, pelo Fiscal do contrato, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

9.5.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela(s) CONTRATADA(S), sem justificativa aceita pelo CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas, assegurados o contraditório e a ampla defesa:

I - Advertência;

II - Multa de mora e multa por inexecução contratual;

III - Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com o CONTRATANTE por prazo de até 02 (dois) anos;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

13.1.1 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à(s) CONTRATADA(S) o contraditório e a ampla defesa.

13.1.2 As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - As multas e advertências serão aplicadas pelo fiscal do contrato;

II - Caberá à CONTRATANTE aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com o CONTRATANTE e propor a declaração de inidoneidade;

III - A aplicação da declaração de inidoneidade compete privativamente à CONTRATANTE;

13.3 A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - Descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

II - Outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo do CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.3.1 No ato de advertência, o CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação e ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

13.4 A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.4.1 O atraso sujeitará a(s) CONTRATADA(S) à multa de 1% (um por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida.

13.4.2 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço caracterizará inexecução total deste contrato.

13.5 A inexecução contratual sujeitará a(s) CONTRATADA(S) à multa compensatória de:

I - 10 % (dez por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II - 20 % (vinte por cento), calculado sobre o valor previsto no subitem 4.1, pela:

a) recusa injustificada em apresentar a garantia prevista nos subitens 12.1 e 12.4 deste contrato;

b) inexecução total deste contrato;

c) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização do CONTRATANTE.

13.6 A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração Pública poderá ser aplicada à(s) CONTRATADA(S) se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - Por até 01 (um) ano:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para o CONTRATANTE;

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.3, 13.4 e 13.5 deste contrato;



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

II - Por até 02 (dois) anos:

- a) não conclusão dos serviços contratados;
- b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes do orçamento (OC e PI), depois da solicitação de correção efetuada pelo CONTRATANTE;
- c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo o CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;
- d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
- e) apresentação, à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento do CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;
- f) demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para contratar com o CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;
- g) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento do CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;
- h) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso do CONTRATANTE.

13.7 A declaração de inidoneidade será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo do CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.7.1 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada à(s) CONTRATADA(S) se, entre outros casos:

I - Sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II - Demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com o CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

III - Reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio do CONTRATANTE.

13.7.2 A declaração de inidoneidade implica proibição da(s) CONTRATADA(S) de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a(s) CONTRATADA(S) ressarcir(em) o CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.8 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a(s) CONTRATADA(S) por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

13.9 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei Federal nº 14.133/2.021, incluída a responsabilização da(s) CONTRATADA(S) por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

13.10 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da(s) CONTRATADA(S).

13.10.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pelo CONTRATANTE.

13.11 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à(s) CONTRATADA(S) o contraditório e a ampla defesa.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos no artigo 155 da Lei Federal nº 14.133/2.021, e no Edital do Certame.

14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a(s) CONTRATADA(S):

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) for envolvida em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) não prestar garantia suficiente para o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que o CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;
- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no artigo 4º da Lei Federal nº 12.232/2.010;
- j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.10, 11.10.1 e 11.10.2.1 deste Contrato.

14.2 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pelo CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela(s) CONTRATADA(S), previstas no presente contrato.

14.3 Em caso de associação da(s) CONTRATADA(S) com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 A(s) CONTRATADA(S) guiar-se-á(ão) pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1.990) e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2 O CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Município de Palmas/TO., a suas expensas.

15.3 Constituem direitos e prerrogativas do CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei Federal nº 12.232/2.010, da Lei Federal nº 4.680/1.965 e da Lei Federal nº 14.133/2.021, que a(s) CONTRATADA(S) aceita(m) e a eles se submete(m).

15.4 São assegurados ao CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078/1.990 (Código de Defesa do Consumidor).



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

15.5 A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

15.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio do CONTRATANTE na internet.

15.6.1 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO

16.1 Fica eleito o Foro da Comarca de Palmas/TO., com renúncia a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir quaisquer dúvidas que possam advir deste Instrumento e que não possam ser resolvidas administrativamente.

E por estarem assim justas e contratadas, assinam o presente em 03 (três) vias, por seus representantes legais, na presença das duas testemunhas abaixo, que também o assinam.

Palmas/TO., aos dias do mês de de 2026 .

Pelo CONTRATANTE:

XXXXXXXXXXXX

Secretária Municipal

Pela(s) CONTRATADA(S):

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Representante legal

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Representante legal



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**Representante legal****Testemunhas:****1ª** _____**2ª** _____

**CONCORRÊNCIA Nº 011/2026
ANEXO III - TERMO DE CREDENCIAMENTO**

**TERMO DE CREDENCIAMENTO
(preferencialmente em papel timbrado da Licitante)**

À

Secretaria de Planejamento e Gestão – Comissão de Contratação

Palmas/TO., CEP: 77.-.

Ref.: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XX/2.026.

Pelo presente instrumento, a agência _____ com sede na, _____ C.N,PJ. n.º, _____ através de seu representante legal Sr.(a), _____ a cargo _____ CREDENCIA o (a) Sr. (a), _____ portador _____ (a) do R.G. n.º _____ e C.P.F. n.º _____, para representá-la perante a SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E GESTÃO na sessão pública da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XX/2026**, outorgando-lhe plenos poderes para formular lances e praticar todos os atos inerentes ao certame, inclusive interpor e desistir de recursos em todas as fases licitatórias.

Localidade, _____ de _____ de _____.

(assinatura) CARGO

R.G. n.º

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima, com firma reconhecida em cartório.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026
ANEXO IV - DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 0 /2.026.

À SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E GESTÃO

Comissão de Contratação

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído da (Identificação completa da licitante) doravante denominada licitante, para fins do disposto no item **11.4.4.3** do Edital da Concorrência Pública nº 0__/2.026, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) Proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela licitante, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- b) A intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do/a (órgão/entidade responsável pela licitação) antes da abertura oficial das propostas; e
- e) Que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.
- f) Que tomou conhecimento de todas as informações e das condições ao cumprimento das obrigações objeto da licitação.

_____ (local), _____ de _____ de _____.

Assinatura do Responsável Legal da Empresa, com poderes para tal investidura.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026
ANEXO V - CARTA DE APRESENTAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 0 /2.026.

À SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E GESTÃO

Comissão de Contratação

Prezados Senhores,

A empresa/agência....., CNPJ/MF n.º....., sediada no endereço....., tendo examinado o Edital, vem apresentar a presente PROPOSTA e DOCUMENTAÇÃO para a prestação dos serviços nele referido. Desta forma DECLARAMOS na forma da Lei o que segue abaixo:

1. Está apresentando proposta para prestação dos serviços objeto deste Edital;
2. A nacionalidade da Empresa Licitante é _____(indicar a nacionalidade)_____;
3. Até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório e, também, que está ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências;
4. Não mantém em seu quadro de pessoal menores de 18 (dezoito anos) em horário noturno de trabalho ou em perigosos ou insalubres, não possuindo ainda, qualquer trabalho de menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, bem como o cumprimento integral do disposto no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição Federal De 1.988.
5. Esta proposta constituirá um compromisso de nossa parte.
6. Que conhece e se submete literalmente ao disposto no artigo 92, inciso III, da Lei Federal nº 14.133/2.021, obrigação de manter durante toda a prestação do serviço do futuro contrato, todas as condições de habilitação e as exigências de qualificação, especialmente, no que se refere à regularidade fiscal e especificação dos serviços, inclusive o imposto devido – ISSQN, dentre outros sob pena de ser declarada a inexecução do pacto e aplicadas as penalidades previstas na lei, sem prejuízo do ressarcimento de eventuais danos materiais à contratante, conforme o caso.

A PROPOSTA e DOCUMENTAÇÃO para esta Licitação constituirão em um compromisso de nossa parte, observadas as condições do Edital.

_____(local), _____de _____de_____

Assinatura do Responsável Legal da Empresa, com poderes para tal investidura.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026
ANEXO VI - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 011/2026.

À SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E GESTÃO

Comissão de Contratação

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

- a) Desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Tocantins ou tabela equivalentes: ____% (____por cento);
- b) Honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços 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: ____% (____por cento);
- c) Honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços 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 cento);
- d) Honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou materiais: ____% (____por cento).

_____(local), ____de _____de _____.

(Empresa licitante)
(Nome do Representante Legal)



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026
ANEXO VII - MINUTA DE CARTA DE FIANÇA BANCÁRIA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 0 /2.026.

À SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E GESTÃO

Comissão de Contratação

CARTA DE FIANÇA -R\$

Pela presente, o Banco com sede da cidade, do Estado, por seus representantes infra-assinados, se declara fiador e principal pagador, com expressa renúncia dos benefícios estatuídos no Artigo 827, do Código Civil Brasileiro, da Firma sediada à da cidade do Estado até o limite de **R\$** () para efeito de garantia para a execução do Contrato objeto do **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 0 /2.026.**

Este Banco se obriga, obedecido o limite acima especificado a atender dentro de 24 (vinte e quatro) horas as requisições de qualquer pagamento coberto pela caução, desde que exigidas pela **CONTRATANTE**, sem qualquer reclamação, retenção ou ainda embargo ou interposição de recurso administrativo ou judicial com respeito a **CONTRATANTE**.

Obriga-se ainda este Banco, pelo pagamento de despesas judiciais ou não, na hipótese de ser a **CONTRATANTE** compelida a ingressar em juízo para demandar o cumprimento de qualquer obrigação assumida por nossa afiançada.

Declaramos, outrossim, que só será retratável a fiança, na hipótese de a afiançada depositar ou pagar o valor da caução garantida pela presente Carta de Fiança Bancária ou por nova carta de fiança, que seja aceita pelo beneficiário.

Atestamos que a presente fiança está devidamente contabilizada no Livro nº ou outro registro usado deste Banco e, por isso, é boa, firme e valiosa, satisfazendo, além disso, as determinações do Banco Central do Brasil ou das autoridades monetárias no país de origem.

Os signatários desta, estão regularmente autorizados a prestar fianças desta natureza por força de disposto no Artigo dos Estatutos do Banco, publicado no Diário Oficial, em do ano , tendo sido (eleitos ou designados) pela Assembleia realizada em

A presente fiança vigorará por um prazo máximo de **90** (noventa) dias após a emissão do Termo de Recebimento Definitivo dos Serviços Executados pela **CONTRATANTE**.

....., de de

Banco...



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026
ANEXO VIII - NATUREZA REFERENCIAL DAS DEMANDAS PUBLICITÁRIAS

CATEGORIA REFERENCIAL	DESCRIÇÃO DA DEMANDA	FORMA DE EXECUÇÃO
Campanhas institucionais	Planejamento, criação e desenvolvimento de campanhas voltadas à divulgação de atos, programas, serviços e políticas públicas municipais	Sob demanda
Campanhas de utilidade pública	Desenvolvimento de campanhas educativas, informativas ou orientativas de interesse coletivo, incluindo saúde, trânsito, turismo, cidadania, meio ambiente e serviços públicos	Sob demanda
Peças publicitárias impressas	Criação e desenvolvimento de folders, cartazes, outdoors, painéis, banners, anúncios e demais materiais gráficos vinculados às campanhas aprovadas	Sob demanda
Peças audiovisuais	Roteirização, criação, direção, captação, edição e finalização de vídeos institucionais ou publicitários em formatos variados	Sob demanda
Peças sonoras	Criação, gravação e edição de spots, jingles, vinhetas e demais peças de áudio vinculadas às ações publicitárias	Sob demanda
Planos de mídia e veiculação	Elaboração de planos de mídia, negociação, intermediação, distribuição, acompanhamento e comprovação das veiculações	Sob demanda, conforme plano de mídia aprovado
Soluções inovadoras de comunicação publicitária	Desenvolvimento de formatos, estratégias e soluções contemporâneas de comunicação publicitária, inclusive em meios digitais	Sob demanda
Pesquisas, estudos e mensuração	Estudos, diagnósticos, pesquisas de opinião, levantamentos e avaliações relacionados ao planejamento ou à mensuração das campanhas	Quando necessário



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026 ANEXO IX -BRIEFING

SITUAÇÃO GERAL

A cidade de Palmas - TO, localizada no coração do Brasil, é a jovem e vibrante capital do Estado do Tocantins. Sua história é um testemunho de planejamento visionário e desenvolvimento sustentável. Fundada oficialmente em 20 de maio de 1989, Palmas foi criada com o propósito de se tornar uma referência de modernidade, inovação e qualidade de vida para o país.

Com mais de 300 mil habitantes e índice de crescimento populacional acima da média nacional, Palmas é um polo de referência para a Amazônia Legal e para o agronegócio. É a capital da livre iniciativa e da justiça social. Com o passar das décadas, a cidade superou desafios geográficos, transformando-se em um exemplo de crescimento urbano planejado que alia a atração de investidores, empreendedores e talentos a uma forte política de bem-estar social.

A Prefeitura de Palmas - TO, na qualidade de CONTRATANTE, desempenha um papel essencial na promoção de iniciativas que visam o desenvolvimento econômico, a infraestrutura moderna, o fortalecimento cultural e a oferta de serviços públicos de alta qualidade na capital do Tocantins. Com foco na melhoria contínua da qualidade de vida de seus cidadãos, a Gestão Municipal tem como missão promover o crescimento sustentável de forma humanizada, cuidar das pessoas, garantir direitos e ofertar oportunidades.

Guiada por valores como transparência, eficiência, responsabilidade socioambiental e compromisso com o desenvolvimento, a Administração Municipal desempenha diversas funções, incluindo a gestão de eixos estratégicos como a infraestrutura de transporte e obras, a saúde, a educação integral e o fomento ao turismo de negócios e ecológico. A cultura organizacional da Prefeitura enfatiza a inovação e o cuidado social, buscando constantemente demonstrar as vantagens de morar em Palmas em associação direta aos serviços ofertados e aos direitos garantidos pelo município.

DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

A Prefeitura de Palmas - TO enfrenta o desafio de consolidar sua imagem institucional associando diretamente a excelente qualidade de vida da capital à eficiência da Gestão Municipal. A campanha promocional e institucional deve ser capaz de despertar um sentimento ufanista positivo, gerar nas pessoas não apenas a sensação de pertencimento, mais um real sentimento de propriedade e orgulho sobre a sua terra.

Para isso, é fundamental superar barreiras de percepção pública e apresentar os argumentos racionais, tais como: a entrega de obras, transporte, saúde e educação, como pilares que sustentam esse orgulho emocional pretendido. A comunicação precisará demonstrar, de forma clara e integrada, que Palmas - TO é a capital da livre iniciativa e da justiça social, equilibrando suas vocações socioeconômicas com uma gestão humanizada, garantidora de direitos e focada no cuidado com as pessoas vulneráveis.



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

O objetivo de comunicação geral para a campanha demandada é de despertar sentimento de pertencimento e propriedade no público-alvo, demonstrando a ele associação direta entre a qualidade de vida local e a excelência dos serviços prestados pela Prefeitura.

Objetivos Específicos:

➤ **Estimular orgulho e pertencimento (emocional):**

Desenvolver narrativa eminentemente emocional que crie uma sensação de propriedade do cidadão sobre a cidade, reforçando que Palmas é o lugar ideal para se viver e prosperar.

➤ **Apresentar argumentos factuais (racional):**

Demonstrar de forma secundária e complementar ao tom emocional, os suportes práticos da gestão através de eixos estruturantes (obras, transporte coletivo, saúde e educação).

➤ **Dar relevância aos serviços públicos:**

Modificar a percepção pública em áreas críticas, como o sistema de saúde municipal, e transformar exemplos recentes de sucesso da Gestão, como o sistema de transporte coletivo, em motivos de orgulho comunitário.

➤ **Reposicionar e promover eventos culturais:**

Consolidar os grandes eventos do Município (Arraiá da Capital, Festival Gastronômico de Taquaruçu, Natal Cidade Luz, dentre outros), como produtos de forte impacto socioeconômico e atração turística nacional.

➤ **Fortalecer a imagem da Gestão humanizada:**

Publicizar as políticas de desenvolvimento social e as ações de assistência social voltadas às pessoas e famílias em situação de vulnerabilidade com a intenção de demonstrar a busca por justiça social.

➤ **Promover o turismo integrado:**

Evidenciar os atrativos do turismo ambiental e as oportunidades de negócios atreladas, revelando Palmas - TO como destino turístico relevante não apenas regionalmente, mais também nacionalmente.

➤ **Estimar o impacto da mensagem sobre a imagem:**

Avaliar e projetar o sucesso da estratégia publicitária por meio de indicadores de recall de campanha, evolução nos índices de aprovação dos serviços públicos municipais e alcance das metas



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

de público nos eventos promocionais.

PÚBLICOS-ALVO**População geral de Palmas:****➤ Perfil sociodemográfico:**

Diversificado em idade, gênero, escolaridade e classes sociais, composto por moradores nativos e migrantes estabelecidos na capital.

➤ Perfil psicológico:

Buscam qualidade de vida, segurança, infraestrutura urbana adequada e oportunidades de crescimento econômico, valorizam o reconhecimento de sua cidade no cenário nacional.

➤ Razões de uso:

Consumidores diretos dos serviços municipais de saúde, educação, transporte e obras, público frequentador da infraestrutura e dos espaços públicos de lazer da cidade.

Turistas e investidores:**➤ Perfil sociodemográfico:**

Adultos de idades variadas, com perfis focados em viagens de lazer (ecoturismo) ou viagens corporativas (turismo de negócios), além de empresários atraídos pela livre iniciativa.

➤ Perfil psicológico:

Interessados em experiências culturais autênticas, gastronomia diferenciada, riquezas naturais ou ambientes favoráveis a investimentos seguros e sustentáveis.

➤ Razões de uso:

Buscam Palmas - TO como destino de férias, grandes eventos (como o Festival Gastronômico de Taquaruçu) ou como polo econômico estratégico na Amazônia Legal e no MATOPIBA.

Populações em situação de vulnerabilidade social:**➤ Perfil sociodemográfico:**

Grande parcela da população, famílias e indivíduos de baixa renda e pouca escolaridade, residentes em periferias ou áreas que demandam forte atuação de infraestrutura básica, requalificação urbana



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

e serviços públicos.

➤ Perfil psicológico:

Necessitam de amparo governamental, dignidade, justiça social e canais eficientes de assistência.

➤ Razões de uso:

Beneficiários diretos dos programas de desenvolvimento social e das ações integradas de cuidado humano promovidas pela Prefeitura.

Servidores e colaboradores municipais:

➤ Perfil sociodemográfico:

Homens e mulheres de idades e escolaridades variadas, atuantes nas diversas Secretarias e Órgãos vinculados à Prefeitura de Palmas - TO. Desempenham funções essenciais e tem percepção qualificada sobre a cidade e suas particularidades.

➤ Perfil psicológico:

Necessitam de valorização profissional, engajamento para com as metas da Gestão e alinhamento com o propósito de servir ao cidadão Palmense.

➤ Razões de uso:

São os executores diretos que transformam os investimentos públicos em serviços de qualidade na ponta, necessitam sentir orgulho da instituição em que trabalham.

PRAÇAS

Palmas, Tocantins:

É o foco central e prioritário da campanha institucional. As ações devem cobrir integralmente as regiões Norte, Sul e Centro, os Distritos e Zona Rural, impactando diretamente o Cidadão Palmense em seu cotidiano através de mídias de massa e ativações locais OOH (Out-Of-Home).

➤ Estado do Tocantins e Zona de Influência Regional

De forma secundária, por meio de ações pontuais, serão contempladas as cidades que compõem a Região Metropolitana de Palmas, bem como os municípios mais populosos e próximos da Capital, com o objetivo de consolidar Palmas - TO como polo irradiador de serviços, oportunidades de negócios e referência em gestão para todo o Estado.

TEMPO DE DURAÇÃO DA CAMPANHA



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

A sazonalidade da campanha aqui proposta deverá observar o cronograma de eventos e ações recorrentes promovidos pela Prefeitura de Palmas. Diferentemente das campanhas voltadas à divulgação de produto único, a estratégia promocional a ser desenvolvida pela licitante deverá contemplar um plano de continuidade anual, estruturado em fases de sustentação e em picos sazonais, de modo a distribuir o esforço de comunicação da forma mais eficaz possível.

Assim sendo, a estratégia macro da licitante deverá demonstrar visão de continuidade anual (fases sazonais e de sustentação). Contudo, para fins de equalização das propostas, elaboração do plano de mídia e produção das peças deste certame, a licitante deverá considerar um **período focal de veiculação de 30 (trinta) dias**, simulando a fase de lançamento da campanha com a verba referencial estipulada.

A licitante deverá detalhar o cronograma de veiculação e distribuição de verba ao longo de todo o ano para garantir que o sentimento de pertencimento e de propriedade seja alimentado de forma consistente e perene junto à população.

VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

A licitante deverá apresentar, com base nas informações e nos eixos temáticos prestados neste briefing, uma Proposta Técnica abrangente que atenda com excelência aos objetivos de comunicação estipulados. Sendo a verba para criação, produção e veiculação estimada em **R\$ 1.800.000,00** (um milhão e oitocentos mil reais).

NÚMERO DE PEÇAS

Para a avaliação, a Proposta Técnica deverá conter o limite máximo de 12 (doze) peças publicitárias. Dentre estas, é obrigatória a apresentação de:

- 01 (uma) Key Art conceitual;
- pelo menos 02 (dois) exemplos de peças para meio eletrônico (Spot, VT, Carro de Som e similares);
- 02 (dois) exemplos de peças para mídia Out-Of-Home (outdoors, busdoors, painéis, empenas ou similares) e;
- 2 (dois) exemplos de peças impressas (anúncio em jornal/revista, panfleto, folder ou similares).

As peças remanescentes até o limite estabelecido, ficam a critério da LICITANTE como complemento da estratégia.

PLANO DE COMUNICAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

O Plano de Comunicação define quesitos e subquesitos conforme a tabela abaixo e seu detalhamento consta no Termo de Referência e no Edital.

O Plano de Comunicação é formado pelos seguintes quesitos e subquesitos:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

As orientações do Plano de Comunicação, bem como dos demais quesitos, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, estão definidos no Termo de Referência e no Edital.

INFORMAÇÕES REFERENCIAIS

Para embasar o conhecimento do CONTRATANTE e garantir o perfeito entendimento dos desafios de comunicação da campanha institucional, destacam-se as seguintes fontes de dados e referências:

➤ **Plano Plurianual (PPA) e Diário Oficial do Município (DOM):**

Documentos fundamentais para levantar os dados técnicos, orçamentários e cronogramas oficiais das obras estruturantes e investimentos em saúde e educação.

➤ **Portal de notícias e redes sociais da Prefeitura de Palmas - TO:**

O site oficial do município (www.palmas.to.gov.br) e as redes sociais da Prefeitura (@cidadepalmas), dispõem de informações factíveis e verificadas acerca do cotidiano administrativo do Município.

➤ **Bases Demográficas e Sociais do IBGE:**

Dados do Censo Demográfico, da PNAD Contínua (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) e estimativas populacionais vigentes. Fontes essenciais para mapear o crescimento populacional de Palmas, níveis de alfabetização, rendimento mensal *per capita* e a composição de



CONCORRÊNCIA Nº 011/2026

domicílios com acesso a serviços essenciais.

➤ **Índices Municipal e Nacional de Desenvolvimento Humano:**

Uso de metodologias consagradas como o IDHM (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal), do Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (PNUD/IPEA) e o IFDM (Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal). Estes indicadores atestam de forma comparativa e histórica, a evolução de Palmas – TO nas dimensões de Emprego & Renda, Educação e Saúde/Longevidade.

