



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL

SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL

Comissão Especial de Contratação de Publicidade da Secom

SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL-SECOM/DF

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90003/2025-SECOM/DF

EDITAL - NOVA ABERTURA

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA ATENDER A SECRETARIA DE ESTADO DE
COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL-SECOM/DF**

MAIO 2026

SUMÁRIO

EDITAL	PÁGINA(S)
1. Disposições Iniciais	3/5
2. Objeto	5/6
3. Valor Contratual e Recursos Orçamentários	6/7
4. Condições de Participação	7/9
5. Retirada do Edital	9
6. Esclarecimentos sobre o Edital	9/10
7. Impugnação do Edital	10
8. Credenciamento de Representantes	10/11
9. Recebimento das Propostas e dos Documentos de Habilitação	11
10. Entrega da Proposta Técnica	11/13
11. Apresentação da Proposta Técnica	13/19
12. Julgamento das Propostas Técnicas	19/28
13. Julgamento Final das Propostas Técnicas	28
14. Entrega dos Documentos de Habilitação	28
15. Apresentação dos Documentos de Habilitação	29/36
16. Análise dos Documentos de Habilitação	36
17. Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF e Subcomissão Técnica	37/40
18. Disponibilização do edita e divulgação dos Atos Licitatórios	40
19. Recursos Administrativos	40/41
20. Procedimentos Licitatórios	41/45
21. Do julgamento final, da Homologação e da Adjudicação	45
22. Condições Pré-Contratuais	46/47
23. Garantia de Execução	47/49
24. Obrigações da Contratada e do Contratante	49/55
25. Fiscalização	55/56
26. Remuneração, desconto da Agência, direitos autorais e Pagamento	56/60
27. Sanções Administrativas	60/63
28. Disposições Finais	63/67
ANEXOS DO EDITAL	PÁGINA(S)
Anexo I - Termo de Referência	67/94
Anexo II - Briefing	94/96
Anexo III - Modelo de Procuração	96
Anexo IV - Minuta de Contrato	97/122
Anexo V - Estudo Técnico Preliminar - ETP	122/152

SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL**EDITAL DE LICITAÇÃO NOVA ABERTURA****CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º: 90003/2025-SECOM/DF****PROCESSO SEI N.º: 04000-00001881/2025-21**

MODALIDADE/FORMA: Concorrência Presencial.

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: Melhor Técnica.

OBJETO: O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 4 (quatro) agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, para atender à Secretaria de Comunicação do Distrito Federal - SECOM/DF.

INTERESSADO: Secretaria de Comunicação do Distrito Federal - SECOM/DF.

VALOR ANUAL ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO: R\$ 200.000.000,00 (duzentos milhões de reais).

RECEBIMENTO DOS INVÓLUCROS DAS PROPOSTAS TÉCNICAS:

DATA NOVA ABERTURA: 07/07/2026 - NOVA ABERTURA.

HORÁRIO: ÀS 09:00 HORAS.

LOCAL: Auditório do DETRAN-DF - Edifício Sede, situado no SAM (Setor de Administração Municipal) Lote "A" Bloco "B" - Plano Piloto - Brasília/DF - CEP: 70.655-775.

RETIRADA DO EDITAL: de segunda a sexta-feira, das 09h às 12:00h e das 14h às 18:00h, na Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF situada no Anexo Palácio do Buriti, 14º andar, sala 1415 - Brasília/DF ou pelo endereço eletrônico: <https://www.comunicacao.df.gov.br/concorr%C3%Aancia-presencial-n.%C2%BA-90003/2025-secom/df>.

FORMALIZAÇÃO DE CONSULTAS:

POR CARTA OU OFÍCIO: Na Comissão Especial de Contratação da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal-CEC-SECOM/DF, de segunda a sexta-feira - das 09h às 12:00h e das 14h às 18:00h - CEP: 70.610-650;

POR E-MAIL: concorrenci90003-2025-secom@secom.df.gov.br

OUTRAS INFORMAÇÕES: pelo telefone 0xx(61) 3961-1696.

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. A Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal-SECOM/DF, doravante denominada CONTRATANTE, neste ato representado pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, designada pela Portaria-SECOM/DF n.º 13, de 5 de fevereiro de 2026, publicada no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF n.º 25, de 6 de fevereiro de 2026, página 68, torna público aos interessados que realizará concorrência presencial, com a utilização do critério de

juízo Melhor Técnica, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, do Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966 e suas alterações, do Decreto Distrital nº 44.330, de 16 de março de 2023, do Decreto Distrital nº 38.934, de 15 de março de 2018, da Instrução Normativa - SEGES/MPOG nº 5, de 25 de maio de 2017, e no que couber, da Instrução Normativa nº 1-SECOM/PR, de 19 de junho de 2023.

1.2.1. Aplicam-se também a esta concorrência a Lei Distrital nº 3.184, de 29 de agosto de 2003, o Decreto Distrital nº 36.451/2015, de 15 de abril de 2015 e alterações posteriores e a Portaria-SECOM/DF nº 9, de 01 de abril de 2019.

1.3. Os serviços objeto da contratação serão executados e entregues, mediante demanda, na forma de execução indireta e estará condicionada à existência de disponibilidade orçamentária, respeitado o exercício financeiro, cujo valor não excederá os créditos orçamentários ou adicionais consignados à Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal-SECOM/DF.

1.4. Com base no inciso XXXVIII do art. 6º da Lei Federal nº 14.133/2021, a modalidade a ser utilizada na presente contratação será a concorrência em sua forma presencial por tratar-se de contratação de serviços especiais.

1.4.1. A escolha pela realização do certame de forma presencial, em vez de eletrônica, para a contratação de serviços de publicidade, justifica-se pelas particularidades do objeto a ser licitado, a natureza do serviço e a necessidade de uma análise mais detalhada e precisa das propostas técnicas. Desse modo, esclarecemos que a apresentação das propostas técnicas referente ao Plano de Comunicação Publicitária, será entregue em duas vias, sendo uma delas de forma apócrifa, para ser avaliada e julgada por Subcomissão Técnica especialmente composta para este ato. Devemos lembrar que a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF e a Subcomissão deverão adotar todos os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do referido Plano até o julgamento final das propostas técnicas pela Subcomissão Técnica. Assim, com fulcro no § 2º do art. 17, da lei Federal nº 14.133/2021, a licitação deverá ser realizada de forma presencial, de acordo com o permissivo do artigo ora citado, uma vez que, atualmente tanto o Governo Federal quanto o Governo do Distrito Federal não possuem sistema eletrônico que assegure em sua plenitude o sigilo das propostas mencionadas acima conforme é exigido no art. 12 da Lei Federal nº 12.232/2010:

Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea a do inciso VII do § 4 do art. 11 desta Lei, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.

1.5. As sessões públicas realizadas no âmbito desta Concorrência Presencial serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo e as gravações serão juntadas aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento, conforme prevê o § 2º do art. 17 da Lei Federal nº 14.133/2021.

1.6. Vale ressaltar que para a execução do objeto foram definidas a contratação de 4 (quatro) agências para a prestação dos serviços de publicidade, tendo em vista o que dispõe o § 3º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010:

Lei Federal nº 12.232/2010:

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução

externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

(...)

§ 3º Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação

1.6.1. Além da definição acima, no caso concreto, utilizamos como parâmetro a definição pela contratação de mais de uma agência considerando o que disciplina o inciso II do § 1º do art. 5º da Instrução Normativa SECOM/PR n.º 01/2023, que assim definiu:

Art. 5º A Equipe de Planejamento da Contratação de serviços de comunicação, quando da elaboração dos Estudos Técnicos Preliminares - ETP, deverá ater-se ao objeto, conforme disposto no art.14.

§ 1º Para fins de definição do quantitativo de agências de propaganda a contratar para a prestação de serviços de publicidade, deverá ser adotado os seguintes parâmetros, tendo como referência ao valor de grande vulto estabelecido pela Lei nº 14.133, de 2021:

(...)

IV - acima de 80% do valor de grande vulto: 4 (quatro) agências de propaganda;

1.6.2. Levando em consideração que o valor atualmente utilizado como valor de grande vulto definido no inciso XXII do art. 6º da Lei Federal n.º 14.133/2021 está orçado por força do Decreto Federal n.º 12.343/2024 em R\$ 250.902.323,87, entendemos que a presente contratação estimada em R\$ 200.000.000,00 enquadra-se na faculdade da escolha de 4 (quatro) agências sugeridas no inciso IV do § 1º do art. 5º da Instrução Normativa acima referenciada. Nesse sentido, a subdivisão da execução do objeto em quatro contratos fica aqui justificada.

1.7. As contratadas devem obrigatoriamente possuir, além de estruturas administrativas habilitadas, quantitativos suficientes de profissionais que deverão estar disponíveis para a execução dos serviços, objeto da contratação, e que, excepcionalmente, poderão ser alocados nas dependências do Contratante, por tempo determinado, no seguinte endereço: Sede da SECOM/DF, situada no Palácio do Buriti e no 14º andar de seu Anexo, no Centro Cívico Administrativo - Praça do Buriti - Brasília/DF, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos e horários exigidos, na prestação dos serviços objeto desta contratação.

1.8. O(s) horários mencionado(s) neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

2. OBJETO

2.1. O objeto da presente é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 4 (quatro) agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, para atender à Secretaria de Comunicação do Distrito Federal - SECOM/DF.

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

- a) o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução dos contratos;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c) produção de conteúdo, à concepção e à execução técnica de ações e peças de comunicação destinadas a múltiplos suportes de veiculação.; e
- d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.

2.1.1.1. 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, devem vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social, não podendo constar nomes, símbolos, imagens ou expressões que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

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

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

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

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

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente 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.

2.2. Para a prestação dos serviços serão contratadas 04 (quatro) agências de propaganda, doravante denominada agências, licitantes ou contratadas.

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

2.2.2. As agências atuarão por ordem e conta do Contratante, em conformidade com o art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.2.3. As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução total ou parcial dos serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste Edital.

2.2.4. As agências atuarão de acordo com solicitação do Contratante, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste edital.

2.2.5. Para a execução dos serviços de publicidade, será observada a Portaria nº 9, de 1º de abril de 2019 da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal-SECOM/DF, conforme estabelece o art. 2º, § 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010. Essa normativa fornece diretrizes específicas para a contratação e execução de serviços de publicidade pela Administração Pública do Distrito Federal, garantindo a transparência, eficiência e eficácia na aplicação dos recursos públicos destinados à comunicação.

2.2.5.1. Os serviços serão solicitados à Contratada de modo a garantir que o valor efetivamente realizado por ela, na vigência inicial de 12 (doze) meses do contrato e possíveis prorrogações, não seja inferior a 18,75% (dezoito virgula setenta e cinco por cento) e ultrapassar 43,75% (quarenta e três virgula setenta e cinco por cento) do total executado pelas 04 (quatro) agências contratadas como resultado da concorrência que deu origem a este ajuste.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em R\$ 200.000,000,00 (duzentos milhões de reais), pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2. A contratação pretendida está incluída na Lei Orçamentária Anual, que prevê a dotação para o exercício 2026 no valor de R\$ 200.000.000,00 (duzentos milhões de reais) para a contratação de serviços de publicidade e propaganda, que serão custeados pelos seguintes programas:

- a) Unidade Orçamentária: 15101 - Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal;
- b) Programas de Trabalho 04.131.6203.8505.0002 – Publicidade e Propaganda – Institucional;
- c) Programas de Trabalho 04.131.6203.8505.0004 - Publicidade e Propaganda - Utilidade Pública;
- c) Natureza de Despesa: 33.90.39 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica;
- d) Fonte de Recursos: 100.

3.3. A Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal-SECOM/DF se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.4. No interesse do Contratante, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 125 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

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

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

3.5.2. O Contratante poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos, que cumulativamente:

a) sejam estabelecidas no País, que satisfaçam as condições e disposições contidas neste Edital;

b) Estejam devidamente cadastradas e com situação regular no Sistema de Registro Cadastral Unificado disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas-PNCP ou estejam devidamente cadastradas e com situação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF e no Sistema de Registro Cadastral Unificado ou que apresentem a documentação relacionada no item 15 deste Edital.

4.2. Não poderão disputar a presente licitação ou participar da execução do contrato, direta ou indiretamente a licitante:

a) que estiver cumprindo impedimento temporário do direito de participar de licitações ou estiver impedida de contratar com o Governo do Distrito Federal;

b) cuja falência tenha sido decretada ou em insolvência civil ou em processo de liquidação ou de dissolução da sociedade;

c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, Estadual, do Distrito Federal ou Municipal;

d) estrangeira que não funcione no País;

e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o Contratante;

f) que isoladamente ou em consórcio tenha sido responsável pela elaboração do termo de referência, do briefing, ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre obra, serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;

g) que estejam reunidas em consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição;

h) que atuem sem fins lucrativos;

i) sociedades cooperativas;

j) pessoa jurídica cujo dirigente, administrador, proprietário ou sócio com poder de direção seja cônjuge, companheiro ou parente, em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até o terceiro grau, de:

j.1) agente público com cargo em comissão ou função de confiança que esteja lotado na unidade responsável pela realização da seleção ou licitação promovida pelo órgão ou entidade da administração pública distrital; ou

j.2) agente público cuja posição ou órgão ou entidade da administração pública distrital seja hierarquicamente superior ao chefe da unidade responsável pela realização da seleção ou licitação;

j.3) servidor ou dirigente da SECOM/DF, membros da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF e da Subcomissão Técnica, bem como servidores da Administração Direta e Indireta do Distrito Federal;

j.4) o autor(es) do termo de referência, do Briefing ou autor(es) de qualquer dos Anexos deste edital;

k) empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei Federal nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

l) pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista.

m) pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;

n) pessoa física ou jurídica que mantenha qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau (no art. 1º do Decreto Distrital nº 39.860, de 30 de maio de 2019, alterado pelo Decreto Distrital n.º 47.663/2025, de 5 de setembro de 2025).

4.2.1. Considera-se participação indireta, aquele que mantenha qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau.

4.2.2. Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução do contrato agente público de órgão ou entidade licitante ou contratante, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego, nos termos da legislação que disciplina a matéria.

4.2.2.1. As vedações de que trata o subitem 4.2.2 estendem-se a terceiro que auxilie a condução da contratação na qualidade de integrante de equipe de apoio, profissional especializado ou funcionário ou representante de empresa que preste assessoria técnica.

4.2.3. Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas no relatório de ocorrências do cadastro do SICAF, no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS-CNEP-CEPIM) no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União-CGU, no Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ e no Portal de Transparência do Governo do Distrito Federal, em harmonia com o disposto no inciso III do art. 14 e art. 91, § 4º da Lei Federal n.º 14.133/2021.

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

4.4. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF o INVÓLUCRO PADRONIZADO previsto no subitem 10.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos e materiais apresentados em qualquer fase do processo.

4.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnicas e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo o Contratante, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

4.6. Não será adotado o critério de cota destinada à ME/EPP, com fulcro no art. 48, inciso III da Lei Complementar nº 123/2006, pois os serviços não serão individualizados por item, nem tão pouco por lote, uma vez que os serviços de publicidade são contratados por estimativa, não individualizando os serviços a serem executados no decorrer da vigência do contrato.

5. RETIRADA DO EDITAL

5.1. Este Edital será fornecido na CEC-SECOM/DF situada no Anexo Palácio do Buriti, 14º andar, sala 1415 - Brasília/DF ou pelo endereço eletrônico: <https://www.comunicacao.df.gov.br/concorr%C3%Aancia-presencial-n.%C2%BA-90003/2025-secom/df> de segunda a sexta-feira, das 09h às 12:00h e das 14h às 18:00h. No caso de retirada de cópia impressa o interessado deverá apresentar o comprovante de recolhimento no valor de R\$ 30,20 (trinta reais e vinte centavos), realizado em qualquer agência bancária por meio do documento de arrecadação - DAR, código 357-3, Taxa de Expediente, de acordo com a Portaria-SEPLAG n.º 116, de 11 de junho de 2008, publicada no DODF n.º 112, de 12 de junho de 2008, página 25.

5.2. Será gratuita a retirada deste Edital por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

5.2.1. No Portal Nacional de Compras Públicas-PNCP, no seguinte endereço eletrônico: https://pncp.gov.br/app/editais?q=&status=recebendo_proposta&pagina=1 - [UASG SECOM/DF: 926939](https://www.comunicacao.df.gov.br/concorr%C3%Aancia-presencial-n.%C2%BA-90003/2025-secom/df).

5.2.2. No site da SECOM/DF, no seguinte endereço eletrônico: <https://www.comunicacao.df.gov.br/concorr%C3%Aancia-presencial-n.%C2%BA-90003/2025-secom/df>.

5.3. interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF e no endereço eletrônico, citado no subitem 5.2.2 anterior, eventuais

alterações ou informações sobre esta concorrência.

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1. Qualquer pessoa é parte legítima para solicitar esclarecimentos sobre este edital de licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 3 (três) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

a) por carta ou ofício: Na Comissão Especial de Contratação da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal-CEC-SECOM/DF de segunda a sexta-feira - situada no Anexo Palácio do Buriti, 14º andar, sala 1415 - Brasília/DF, das 09h às 12:00h e das 14h às 18:00h – CEP: 70.610-650;

b) pelo e-mail: concorrenca90003-2025-secom@secom.df.gov.br

6.1.1. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos pela CEC-SECOM/DF em até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data de abertura do certame, consoante estabelecido na Lei Federal n.º 14.133/2021.

6.1.2. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, no endereço eletrônico: <https://www.comunicacao.df.gov.br/concorr%C3%A2ncia-presencial-n.%C2%BA-90003/2025-secom/df>, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.1.2.1. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possa propiciar a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

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

6.1.4. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnicas previstas nos subitens 9.2 e 9.3 deste Edital.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este edital de licitação por irregularidade na aplicação da Lei, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura desta Concorrência

7.1.1. O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, poderá ser protocolizado fisicamente de segunda a sexta-feira, das 09h às 12:00h e das 14h às 18:00h, na sala nº 1415, na CEC-SECOM/DF situada no Anexo Palácio do Buriti, 14º andar, nesta cidade.

7.2. A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail: concorrenca90003-2025-secom@secom.df.gov.br, observado o prazo descrito no subitem 7.1 deste edital. Nesse caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e nos horários previstos no subitem precedente, em até 3 (três) dias úteis contados do encaminhamento do e-mail.

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

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

7.5. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 4º do art. 170, da Lei Federal nº 14.133/2021.

7.6. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, àquele que não se manifestar em até 3 (três) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com os Documentos de Habilitação e com as Propostas Técnicas.

8.1.1. Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnicas e comporão os autos do processo licitatório.

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

8.1.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo III deste edital. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

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

8.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar os Documentos de Habilitação e as Propostas Técnicas por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, na data, hora e local indicados no subitem 9.2 deste Edital.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. As Propostas Técnicas e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF em 04 (quatro) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 10 e 14 deste Edital.

9.2. Os invólucros com as Propostas Técnicas serão recebidos às **09:00 horas do dia 07/07/2026**, ou, se não houver expediente nessa data, no primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário, no endereço: **Auditório do DETRAN-DF - Edifício Sede, situado no SAM (Setor de Administração Municipal) Lote "A" Bloco "B" - Plano Piloto - Brasília/DF - CEP: 70.655-775.**

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

9.4. O horário mencionado no item 9.2 referem-se ao horário de Brasília.

9.5. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 20 deste edital, e na legislação.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. As Propostas Técnicas deverão ser entregues à Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF acondicionadas nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

INVÓLUCRO Nº 1

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

10.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada que estiver acondicionado no INVÓLUCRO PADRONIZADO fornecido, obrigatoriamente, pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, O invólucro somente será entregue à licitante que o solicite formalmente, devendo ser retirado pela interessada na CEC-SECOM/DF, situada no Anexo Palácio do Buriti, 14º andar, sala 1415, das 09h às 12:00h e das 14h às 18:00h.

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

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

INVÓLUCRO Nº 2

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

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

INVÓLUCRO Nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada

Razão Social e CNPJ da licitante

Concorrência Presencial nº 90003/2025 - SECOM/DF

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

INVÓLUCRO Nº 3

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

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

INVÓLUCRO Nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Razão Social e CNPJ da licitante

Concorrência Presencial nº 90003/2025 - SECOM/DF

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

10.1.3.3 O Invólucro nº 3 **NÃO** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
	I. Raciocínio Básico	5
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20

1. Plano de Comunicação Publicitária	III. Ideia Criativa	20
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2. Capacidade de Atendimento		25
3. Repertório		10
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
PONTUAÇÃO MÁXIMA		100

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

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

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

11.2. QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2 deste Edital;
- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, 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 de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;
- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.

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

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

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

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

I - ser editados em cores;

II -ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

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

11.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 20.2.1 e no subitem 20.2.1.1 deste Edital.

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

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas. Ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 20.2.1 e no subitem 20.2.1.1 deste Edital.

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

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

11.3. A LICITANTE DEVERÁ APRESENTAR O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA COM BASE NO BRIEFING (ANEXO II DESTE EDITAL), OBSERVADAS AS SEGUINTESS ORIENTAÇÕES:

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

a) análise das características e especificidades do Contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

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

d) das necessidades de comunicação do Contratante para solucionar esse desafio.

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

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

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

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

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

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

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

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

11.3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

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

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

11.3.3.3.4. O 'monstro' ou leiaute eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.3.4.1. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer Contratante, somente a marca do seu fabricante.

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

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

11.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

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

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

I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do Contratante E a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

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

III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

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

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

11.3.4.2. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

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

11.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- e) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- f) deverá ser observado o disposto no § 9 do artigo 149 da Lei Orgânica do Distrito Federal

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

11.4. O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA: deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

11.5. QUESITO 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, 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, devidamente identificado.

11.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação

Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

11.7. QUESITO 3 - REPERTÓRIO: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, 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, devidamente identificado.

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

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

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

11.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01 de janeiro de 2014 (para que não fique restrito somente as atuais agências contratadas).

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

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

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

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

11.8.3. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo Contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

11.9. QUESITO 4 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, 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, devidamente identificado (O documento admite assinatura digital em todas as páginas, desde que seja possível verificar sua autenticidade).

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

11.10. A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

- I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo Contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

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

11.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2014.

11.10.3. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

- I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;
- II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;
- III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

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

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica, designada conforme o item 17 deste edital, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

12.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Contratante e do contexto de sua atuação;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo Contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
- d) das necessidades de comunicação do Contratante para solucionar esse desafio.

12.2.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do Contratante com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.
- g) coerência entre as ações propostas e a verba disponível
- h) elaboração do conceito e definição da estratégia em respeito ao caráter institucional da comunicação pretendida.

12.2.1.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa

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

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

h) qualidade artística e técnica das apresentações.

12.2.1.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) capacidade de sustentação da campanha (consistência do plano em relação ao público-alvo), e consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;

b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;

d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia, e grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.2.2. Questão 2 - Capacidade de Atendimento

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

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Contratante;

c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Contratante na execução do contrato;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante;

e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Contratante.

12.2.3. Questão 3 - Repertório

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

b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

d) criatividade do conjunto de elementos do projeto técnico e do material apresentado

12.2.4. Questão 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

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

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

Quesito	Subquesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	PONTUAÇÃO QUESITO
Quesito 1 Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico (1)	5	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Contratante e do contexto de sua atuação	1,25
			b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;	1,25
			c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo Contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	1,25

		d) das necessidades de comunicação do Contratante para solucionar esse desafio.	1,25
Estratégia de Comunicação Publicitária (2)	20	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;	2,5
		b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	2,5
		c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do Contratante com seus públicos;	2,5
		d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	2,5

			e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,5
			f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.	2,5
			g) coerência entre as ações propostas e a verba disponível	2,5
			h) elaboração do conceito e definição da estratégia em respeito ao caráter institucional da comunicação pretendida.	2,5
			a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;	2,5
			b) a pertinência da solução criativa com a natureza do Contratante,	2,5
		20	Ideia Criativa (3)	

com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	
c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;	2,5
d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	2,5
e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	2,5
f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	2,5

			g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	2,5
			h) qualidade artística e técnica das apresentações	2,5
		10	a) capacidade de sustentação da campanha (consistência do plano em relação ao público-alvo), e consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	2,5
			b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,5
			c) a consistência do conhecimento	2,5
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (4)			

		dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	
		d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia, e grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	2,5
Quesito 2 - Capacidade de Atendimento	25	a) o porte e a tradição dos clientes, como Contratantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;	5,0
		b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações	5,0

		e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Contratante;	
		c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Contratante na execução do contrato;	5,0
		d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante;	5,0
		e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Contratante.	5,0
Quesito 3 - Repertório	10	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do	2,5

		cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;	
		b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;	2,5
		c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças	2,5
		d) criatividade do conjunto de elementos do projeto técnico e do material apresentado	2,5
Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;	2,5
		b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;	2,5
		c) a complexidade do desafio de	2,5

		comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;	
		d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante	2,5
PONTUAÇÃO MÁXIMA	100		

OBS: Para efeito de aferição da nota nos seguintes quesitos e subquesitos abaixo, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação:

Quando a nota máxima do subitem for 5: 0,0 (nulo); 1,0 (insuficiente); 2,5 (médio inferior); 3,5 (médio superior); 5,0 (superior);

Quando a nota máxima do subitem for 2,5: 0,0 (nulo); 0,5 (insuficiente); 1,25 (médio inferior); 1,5 (médio superior); 2,5 (superior);

Quando a nota máxima do subitem for 1,25: 0,0 (nulo); 0,5 (insuficiente); 0,75 (médio inferior); 1,0 (médio superior); 1,25 (superior).

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

12.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

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

12.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão 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.

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

12.4. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, observado o disposto no subitem 12.5 deste Edital.

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

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

12.5.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 17.4 deste Edital.

12.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das quatro licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos:

12.6.1. Plano de Comunicação Publicitária,

12.6.2. Capacidade de Atendimento, Repertório e

12.6.3. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 20.3 ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, cuja data será divulgada na forma do item 18 deste edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

13.1. O julgamento final das Propostas Técnicas será feito de acordo com o rito previsto na Lei Federal nº 14.133/2021, para o critério de julgamento Melhor Técnica.

13.2. Serão consideradas vencedoras do julgamento final da Concorrência as 4 (quatro) licitantes que:

13.2.1. Tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas;

13.2.2. Tenham sido devidamente habilitadas nos termos dos itens 14, 15 e 16 deste edital.

14. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF somente pelas 4 (quatro) licitantes mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

14.1.1. Caso a(s) licitante(s) vencedora(s) seja(m) inabilitada(s), a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF analisará a habilitação da(s) licitante(s) seguinte(s), obedecendo a ordem de classificação do julgamento das Propostas Técnicas, observando os procedimentos descritos no subitem 20.4 e seus subitens deste edital.

14.1.2. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 16.3 deste Edital.

INVÓLUCRO Nº 4

14.1.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues pelas 4 (quatro) licitantes mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas acondicionados no Invólucro nº 4, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 4
Documentos de Habilitação
Razão Social e CNPJ da licitante
Concorrência Presencial nº 90003/2025 - SECOM/DF

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

15. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

15.1. Os Documentos de Habilitação, a serem apresentados pelas 04 (quatro) licitantes vencedoras da etapa de julgamento das Propostas Técnicas, deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - Em original; ou

II - Sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III - Em cópia autenticada por cartório competente; ou

IV - Em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação

15.1.1. Os Documentos de Habilitação apresentados pelas 4 (quatro) licitantes mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

15.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF.

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

15.2.1. Habilitação Jurídica

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

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

- b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;
- d) registro comercial, em caso de empresa individual.
- e) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante.

15.2.2. Regularidade Fiscal, social e Trabalhista

- a) Inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ.
- b) Inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual.
- c) Prova de regularidade com a Fazenda Federal por meio da Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais, inclusive contribuições previdenciárias, e a Dívida Ativa da União, expedida pelo Ministério da Fazenda/Secretaria da Receita Federal do Brasil (Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751/2014), com jurisdição sobre o local da sede da licitante.
- d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante.

d.1) Para as agências com sede e/ou domicílio fora do Distrito Federal - apresentar Certidão Negativa de Débitos ou certidão positiva com efeito de negativa, emitida pela Secretaria de Estado de Economia do Distrito Federal-SEEC/DF, em plena validade, que poderá ser obtida através do endereço eletrônico: <https://ww1.receita.fazenda.df.gov.br/cidadao/certidoes/Certidao> (inteligência do art. 173, da Lei Orgânica do Distrito Federal). A comprovação desta exigência para as agências com sede ou domicílio no Distrito Federal serão verificadas por meio de declaração impressa do Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF.

- e) Regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação.
- f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

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

15.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

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

15.2.3. Qualificação Técnica:

- a) Ao menos uma declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto da concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1 deste edital;

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

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

b.2) O documento obtido no site do CENP (<https://www.cenp.com.br/>) ou da entidade equivalente poderá ter à sua validade verificada pela Comissão Especial de Contratação.

15.2.3.1. Comprovação de possuir em seu quadro permanente, no momento da assinatura do contrato, profissional com formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente, relacionada ao objeto da licitação:

a) A aderência da formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente ao objeto da contratação, disposta na alínea anterior, deverá ser demonstrada pela licitante no momento da contratação, por meio da descrição da experiência do profissional indicado;

b) Entende-se, como pertencente ao quadro permanente da licitante, no momento da assinatura do contrato, o sócio que comprove seu vínculo por intermédio de contrato/estatuto social; o administrador ou diretor; o empregado devidamente registrado em Carteira de Trabalho e Previdência Social; ou o prestador de serviços com contrato escrito e firmado com o contratado;

c) O profissional indicado pela contratada, no momento da assinatura do contrato, para fins de comprovação da capacitação técnico - profissional deverá coordenar a execução dos serviços objeto da contratação, admitindo-se a substituição por profissional de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pelo Contratante;

c.1) Não serão admitidos atestados de responsabilidade técnica de profissionais que tenham dado causa à aplicação das sanções previstas nos incisos III e IV do caput do art. 156 da Lei Federal n.º 14.133/2021, em decorrência de orientação proposta, de prescrição técnica ou de qualquer ato profissional de sua responsabilidade.

15.2.4. Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante, dentro do prazo de validade;

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

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

b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no §6º do art. 69 da Lei Federal nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b.1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou

outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

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

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

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

II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

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

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

- a) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
- b) termo de abertura e encerramento;
- c) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

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

- a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;
- b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

15.2.4.2. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

- a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 15.2.4, 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(um)):

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

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

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

b) do balanço referido no subitem 15.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = 1(um)):

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

15.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 15.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou oufuro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

15.2.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 15.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 4, comprovante de que possui, no mínimo, capital social ou patrimônio líquido equivalente a R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais).

15.2.5. Declarações:

a) Declaração sobre trabalho do menor, na forma do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal e a Lei Distrital n.º 5.061/2013:

À
Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF
Referente: Concorrência Presencial n.º 90003/2025-SECOM/DF
Processo SEI n.º 04000-00001881/2025-21.

<razão social da licitante>, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por
intermédio de seu representante legal _____, portador(a) da

Carteira de Identidade nº _____/_____, inscrito(a) no CPF sob o nº _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei Federal nº 14.133/2021, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.

<se for o caso acrescentar a ressalva a seguir>

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.
<local e data>

<representante legal da licitante>

b) Declaração para os fins do art. 14 da Lei Federal nº 14.133 de 2021 e do decreto Distrital nº 39.860, de 30 de maio de 2019

À
Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF
Referente: Concorrência Presencial n.º 90003/2025-SECOM/DF
Processo SEI n.º 04000-00001881/2025-21.

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o n.º _____, sediada no endereço _____, telefone n.º _____, por intermédio do seu representante legal Sr(a). _____, portador(a) da Carteira de Identidade n.º _____ e do CPF n.º _____, DECLARA que não incorre nas vedações previstas no art. 14 da Lei Federal nº 14.133 de 2021, e no art. 1º do Decreto Distrital nº 39.860, de 30 de maio de 2019, alterado pelo Decreto Distrital n.º 47.663/2025, de 5 de setembro de 2025.

Essa declaração é a expressão da verdade, sob as penas da lei.

Local, _____ de _____ de _____.
Representante Legal

c) Declaração, sob as penas da lei, da superveniência de fato impeditivo para sua habilitação *(exigida somente se houver fato impeditivo, conforme modelo abaixo)*.

À
Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF
Referente: Concorrência Presencial n.º 90003/2025-SECOM/DF
Processo SEI n.º 04000-00001881/2025-21.

..... inscrita no CNPJ sob o nº, sediada no(a), por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a), portador(a) da Carteira de Identidade n.º e do CPF n.º, DECLARA, que há a superveniência dos seguintes fatos impeditivos da habilitação na Concorrência Presencial n.º 90003/2025-SECOM/DF:

ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas, nos termos do § 1º, do art. 63, da Lei Federal nº 14.133, de 2021 e em outras normas específicas.

<local e data>

<representante legal da licitante>

f) Demais Declarações:

DECLARAÇÃO

À

Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF

Referente: Concorrência Presencial n.º 90003/2025-SECOM/DF

Processo SEI n.º 04000-00001881/2025-21.

..... inscrita no CNPJ sob o n....., sediada na, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a), portador(a) da Carteira de Identidade n.º e do CPF n.º, DECLARA, para os devidos fins e sob as penas da Lei, que a empresa:

1. Está ciente e concorda com as condições contidas no edital e seus anexos;
2. cumprimos plenamente os requisitos de habilitação e que nossa proposta está em conformidade com as exigências da Concorrência Presencial n.º 90003/2025-SECOM/DF.
3. Não possuímos na nossa cadeia produtiva empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;
4. Cumprimos as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social e aprendiz, previstas em lei e em outras normas específicas.
5. (*se for o caso*) declaramos que nossa empresa está enquadrada como microempresa, empresa de pequeno porte e cumpre os requisitos estabelecidos no art. 3º da Lei Complementar n.º 123, de 2006.

<local e data>

<representante legal da licitante>

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

15.4. A inscrição no sistema de registro cadastral unificado disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas-PNCP, a que se refere o art. 87 da Lei Federal nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 15.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 15.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao Contratante a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

15.5. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação **REGULAR** no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF, **deverá apresentar somente os documentos abaixo:**

- a) Documentos de Habilitação Jurídica exigidos no subitem 15.2.1 deste edital;
- b) Documentos de Qualificação Técnica exigidos no subitem 15.2.3 deste edital;
- c) Comprovação de que possui capital social ou patrimônio líquido de, no mínimo, 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação, ou seja R\$ 20.000.000,00, se qualquer dos índices de Liquidez constantes do subitem 15.2.4.2. deste edital, calculados de acordo com o as letras "a" e "b" do citado subitem, apresentar resultado igual ou menor que 1 (um) em quaisquer dos índices mencionados;
- d) Para as agências com sede e/ou domicílio fora do Distrito Federal - apresentar Certidão Negativa de Débitos ou certidão positiva com efeito de negativa, emitida pela Secretaria de Estado de Economia do Distrito Federal-SEEC/DF, em plena validade, que poderá ser obtida através do endereço eletrônico: <https://ww1.receita.fazenda.df.gov.br/cidadao/certidoes/Certidao> (inteligência do art. 173, da Lei Orgânica do Distrito Federal). A comprovação desta exigência para as agências com sede ou domicílio no Distrito Federal serão verificadas por meio de declaração impressa do Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF;
- e) Certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante, dentro do prazo de validade, de acordo com as exigências contidas na letra "a", "a1" e "a2" do subitem 15.2.4 deste edital;
- f) Balanço patrimonial e a demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, de acordo com as exigências contidas na letra "b", "b1", "b2" e "b3" do subitem 15.2.4 deste edital;
- f) Declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas "a", "b", "c", "d", "e" e "f" do subitem 15.2.5 deste edital.

15.5.1. Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 15.5 não estiverem disponíveis no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 4, dos documentos de que tratam a alínea 'b' do subitem 15.2.4 ou, se for o caso, a alínea 'b' do subitem 15.2.4.1.

15.5.2. À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 4, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF.

15.5.3. A validade dos documentos cadastrais e de habilitação parcial por meio de consulta "on-line" ao SICAF, no ato de recebimento da documentação de habilitação, será impressa pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF sob forma de "Declaração".

16. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1. A Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF analisará os Documentos de Habilitação das 4 (quatro) licitantes mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4 deste edital,

e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 15 deste Edital.

16.1.1. Conforme previsão contida no subitem 15.5.3 deste edital a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF realizará consulta *on-line* no sistema Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF para análise dos documentos das licitantes que optaram por apresentarem sua habilitação por meio de documentação regular no citado sistema.

16.1.1.1. A Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF procederá a impressão do documento denominado "*Declaração*" que instruirá o processo de habilitação, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021 e da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023.

16.1.1.2. A "*Declaração*" referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pelas respectivas licitantes.

16.1.1.3. Se alguma licitante for inabilitada em decorrência de irregularidade constatada por meio do SICAF e comprovar, mediante a apresentação do formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, que entregou a documentação à sua Unidade Cadastradora no prazo regulamentar, a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF suspenderá os trabalhos e comunicará o fato à Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação, do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, gestor do SICAF.

16.1.1.3.1. O Recibo de Solicitação de Serviço apresentado deverá estar com os campos relativos à documentação complementar exigida para habilitação parcial ou à atualização de documentos de habilitação parcial preenchidos, conforme o caso.

16.2. Será inabilitada a licitante:

- a) em cuja Declaração de Situação conste qualquer documento obrigatório com prazo de validade vencido e que não apresente tais documentos atualizados em conjunto com os Documentos de Habilitação exigidos neste Edital;
- b) cujo cadastramento esteja suspenso ou inativo;
- c) que deixar de apresentar, de acordo com o exigido, qualquer documento solicitado ou apresentá-lo com vícios ou defeitos, bem como não atender as condições para habilitação previstas neste Edital;
- d) que não reste comprovada a regularidade trabalhista, por meio da consulta prevista no edital.

16.3. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

17. COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO-CEC-SECOM/DF E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

17.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

17.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que

tenham atuado em uma dessas áreas.

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

17.3. 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, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

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

17.3.1.1. Para composição da relação prevista no subitem 17.3, a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 17.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

17.3.2. A relação dos nomes referidos no subitem 17.3 será publicada no Diário Oficial do Distrito Federal, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

17.3.3. O sorteio será processado pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o Contratante, nos termos dos subitens 17.2.1, 17.3 e 17.3.1. deste Edital.

17.3.4. 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 17.3, mediante a apresentação à Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF de justificativa para a exclusão.

17.3.5. 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.

17.3.6. 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.

17.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 17.3 e 17.3.1 deste Edital.

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

17.3.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 17.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

17.4. A Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a seleção da proposta apta a gerar o resultado de contratação mais vantajoso para a Administração Pública, nos termos do art. 11, da Lei Federal n.º 14.133/2021.

17.4.1. Os membros da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO-CEC-SECOM/DF
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 90003/2025-SECOM/DF

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Eu,, Matrícula nº, lotado no, integrante da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF responsável pelo processamento do processo licitatório da Concorrência Presencial nº 90003/2025-SECOM/DF, cujo objeto é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 4 (quatro) agências de propaganda, para atender à Secretaria de Comunicação do Distrito Federal - SECOM/DF, regida pelas Leis Federal nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação a qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 14.133/2021, a:

I - NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

<local e data>

(assinatura do representante)

SUBCOMISSÃO TÉCNICA
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 90003/2025-SECOM/DF

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, na forma do Decreto Distrital n.º 36.451/2015, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão contratante ou de origem, nem da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,, Matrícula e ou CPF nº, vinculada ao, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do processo da Concorrência Presencial nº 90003/2025-SECOM/DF, cujo objeto é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 4 (quatro) agências de propaganda, para atender à Secretaria de Comunicação do Distrito Federal - SECOM/DF, regida pelas Leis Federal nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 14.133/2021, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em

comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF.

Data: ____ de _____ de _____.

Assinatura

17.4.1.1. Os membros da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo I do título IV da Lei Federal nº 14.133/2021, no que couber.

18. DISPONIBILIZAÇÃO DO EDITAL E DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

18.1. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar, no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF, no sítio eletrônico oficial da SECOM/DF e no Portal Nacional de Compras Públicas-PNCP, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

18.2. A juízo da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF é obrigatória:

- a) Nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;
- b) Por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

19. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

19.1. Eventuais recursos administrativos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 3 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou

da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente, por intermédio da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, protocolizada na Comissão Especial de Contratação da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal-CEC-SECOM/DF, situada no Anexo Palácio do Buriti, 14º andar, sala 1415 - Brasília/DF, das 09h às 12:00h e das 14h às 18:00h – CEP: 70.610-650 ou pelo e-mail: concorrenca90003-2025-secom@secom.df.gov.br até às 18:00h do terceiro dia útil.

19.2. Interposto recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão apresentar contrarrazões no prazo máximo de 03 (três) dias úteis, a contar data de intimação pessoal ou da divulgação da interposição do recurso.

19.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso e as respectivas(s) impugnação(ões), com sua motivação, à autoridade competente que decidirá no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

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

19.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou contrarrazões até o seu término, vistas das propostas, das documentações, dos recursos e das contrarrazões e demais documentos desta concorrência:

19.5.1. Presencialmente na sala da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal-CEC-SECOM/DF, situada no Anexo Palácio do Buriti, 14º andar, sala 1415 - Brasília/DF, das 09h às 12:00h e das 14h às 18:00h, devendo o interessado solicitar oficialmente por meio de petição;

19.5.2. Por meio de disponibilização da CEC-SECOM/DF no endereço eletrônico: <https://www.comunicacao.df.gov.br/concorr%C3%Aancia-presencial-n.%C2%BA-90003/2025-secom/df>.

19.6. O acolhimento do recurso implicará invalidação apenas do ato insuscetível de aproveitamento.

19.7. Caberá pedido de reconsideração, no prazo de 3 (três) dias úteis, contados da data de intimação, relativamente ao ato do qual não caiba recurso hierárquico.

19.7.1. Da aplicação das sanções previstas no caput do art. 156 da Lei nº 14.133/2021 caberá a apresentação de pedido de reconsideração, que deverá ser apresentado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data da intimação, e será decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados do seu recebimento.

19.8. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnicas e os pedidos de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final de autoridade competente.

20. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

20.1. Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF e pelos representantes das licitantes presentes.

20.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

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

20.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas.

20.1.4. O julgamento final das Propostas Técnicas e a análise dos Documentos de Habilitação das 4 (quatro) empresas que tenham sido mais bem classificadas na fase de julgamento final das propostas técnicas, nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

20.1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnicas ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 17.4.1 deste edital.

20.1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnicas resultará na sua desclassificação.

20.1.7. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnicas e dos Documentos de Habilitação das 4 (quatro) empresas que tenham sido mais bem classificadas na fase de julgamento final das propostas técnicas, não será permitida a retirada de quaisquer dos documentos do recinto da respectiva sessão pública, nem tampouco a sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

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

20.1.9. A Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF poderá solicitar parecer técnico, de pessoas físicas ou jurídicas, para orientar sua decisão, exceto no tocante às pontuações e notas atribuídas pela Subcomissão Técnica às Propostas Técnicas.

20.1.10. A Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF poderá suspender as sessões de abertura das Propostas Técnicas e de recebimento e abertura dos Documentos de Habilitação a fim de ter melhores condições de analisar e decidir em cada caso.

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

PRIMEIRA SESSÃO

20.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 9.2 deste edital e terá a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber os Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3 das licitantes em condições de participação;
- d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

20.2.1. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF se:

- a) não estiver identificado;
- b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

20.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 20.2.1, a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

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

- a) rubricar, no fecho, sem abri-lo, o Invólucro nº 2, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 18 deste Edital.

20.2.2.1. A Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 20.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

20.2.2.1.1. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF.

20.2.2.2. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

20.2.3. A Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 20.2.2. acima.

20.2.4. 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 Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF.

20.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 20.2.6 e seguintes. Caso contrário a comissão divulgará o resultado na forma do item 18, abrindo-se o prazo de 03 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

20.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 18, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 19 deste Edital.

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

a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, na devolução dos Invólucros nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, na devolução dos Invólucros nº 3.

20.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.5 deste edital, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e

rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

20.2.6.2. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 12.5 deste edital, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

20.2.7. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 20.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada 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

20.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF convocará as licitantes, na forma do item 18, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 12.7 deste edital, se for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 18, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 19 deste Edital.

20.3.1. Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF.

TERCEIRA SESSÃO

20.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF convocará as 4 (quatro) licitantes mais bem classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas, na forma do item 18, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber e abrir os Invólucros nº 4 das 4 (quatro) empresas mais bem classificadas na fase de julgamento final das propostas técnica, em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 18, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'c' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;
- h) Caso a(s) licitante(s) vencedora(s) seja(m) inabilitada(s), a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF analisará a habilitação das licitantes seguintes, obedecendo a ordem de classificação do julgamento das Propostas Técnicas, observando os procedimentos descritos no subitem 20.4 e seus subitens.
- g) Informar que será publicado, na forma do item 18, a razão social das licitantes vencedoras desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

20.4.1. Por ocasião da consulta ao SICAF e no Sistema de Registro Cadastral Unificado, referido no subitem 16.1.1 deste edital, serão impressas as declarações de Situação do Fornecedor das licitantes cadastradas, que serão assinadas pelos membros da Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, as quais serão juntadas aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

21. DO JULGAMENTO FINAL, DA HOMOLOGAÇÃO E DA ADJUDICAÇÃO

21.1. O julgamento final desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto nos arts. 35 e 37 da Lei Federal nº 14.133/2021, critério de julgamento *Melhor Técnica*.

21.1.1. Serão vencedoras desta concorrência as quatro licitantes que:

- a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas;
- b) tenham sido habilitadas, observadas as disposições do item 16 deste Edital.

21.2. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 28.10 deste Edital.

21.2.1. A homologação desta licitação e a adjudicação do objeto às licitantes vencedoras serão realizadas por meio de ato formal do Secretário de Comunicação do Distrito Federal.

21.3. O objeto será adjudicado às licitantes vencedoras pelo valor global.

22. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

22.1. A SECOM/DF convocará as licitantes vencedoras para assinarem os termos de contrato, no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados a partir da convocação, dentro das condições estabelecidas neste edital, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei Federal n.º 14.133/2021.

22.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do Contratante, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.

22.1.1.1. Se a(s) licitante(s) vencedora(s) não comparecer(em) nos prazos estipulados para assinar(em) o(s) contrato(s), a contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a(s) licitante(s) que deixou(ram) de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 90, § 5º da Lei Federal nº 14.133/2021.

22.1.1.2. Decorrido o prazo de validade da proposta indicado neste edital sem convocação para a contratação, ficarão os licitantes liberados dos compromissos assumidos.

22.1.1.3. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato no prazo estabelecido neste edital caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades legalmente estabelecidas e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade licitante.

a) A regra do subitem acima não se aplicará aos licitantes remanescentes convocados.

22.2. Antes da celebração do contrato, a contratante efetuará consultas no relatório de ocorrências do cadastro do SICAF, no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS-CNEP-CEPIM) no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União-CGU, no Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ e no Portal de Transparência do Governo do Distrito Federal, em harmonia com o disposto no inciso III do art. 14 e art. 91, § 4º da Lei Federal n.º 14.133/2021.

22.3. Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terão duração de 12 (doze) meses, a contar de ___/___/___, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, respeitando a vigência máxima decenal, nos termos da Cláusula Terceira da Minuta de Contrato - Anexo IV deste edital.

22.4. O Contratante poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, pelos motivos previstos no art. 137 da Lei Federal nº 14.133/2021 e, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da Minuta de Contrato - Anexo IV deste edital).

22.5. As contratadas manterão, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

22.6. As contratadas se obrigam a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010.

22.7. As contratadas centralizarão o comando da publicidade do Contratante no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterão sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto nos subitens 5.1.2 e 5.1.2.1 da Cláusula Quinta da Minuta de Contrato - Anexo IV deste edital.

22.8. Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pelas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência.

22.9. Incumbirá ao Contratante divulgar o contrato administrativo e seus aditamentos no Portal Nacional de Contratações Públicas-PNCP, na forma prevista no art. 94 da Lei Federal 14.133/2021, bem como no sítio oficial da Contratante, em atenção ao caput, art. 91 da Lei Federal n.º 14.133/2021 e ao § 2º, do art. 8º, da Lei Federal n.º 12.527/2011 e os extratos respectivos no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF.

22.10. Tendo em vista as características da presente contratação não existirá a previsão de reajuste visto que os preços acordados estão definidos em percentuais de honorários sobre os serviços prestados por terceiros, estes serviços, naturalmente, já estarão com valores atuais, ou seja, reajustados.

23. GARANTIA DE EXECUÇÃO

23.1. Contratada, no prazo de 20 (vinte) dias úteis, contados a partir da data de assinatura do contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 1,25% (um virgula vinte e cinco por cento) do valor total anual para a execução dos serviços.

23.1.1. Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da Contratante, à vista das justificativas que lhe forem apresentada pela Contratada.

23.1.2. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos da letra "b" do subitem 27.3 deste edital.

23.1.3. O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 23.1 e 23.1.1, autoriza a Contratante a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem o art. 115, § 6º da Lei Federal nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e no contrato.

23.2. Caberá à Contratada escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei Federal nº 14.133/2021:

23.2.1. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;

23.2.2. Seguro - garantia;

23.2.3. Fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil.

23.2.4. Título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

23.3. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito poderá ser feito na rede bancária, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei Federal 14.133/2021.

23.4. Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da Contratada – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;

b) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à Contratada.

23.5. Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;

b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da Contratada – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes.

c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à Contratante, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

23.6. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, podendo o respectivo contratante recusar o título ofertado, caso verifique a ausência desses requisitos;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda

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

I) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

II) prejuízos causados à Contratante ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;

III) multas moratórias e punitivas aplicadas pela Contratante à Contratada; e

IV) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela Contratada.

23.7.1. A modalidade seguro garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 23.7.

23.8. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Contratante.

23.9. Sem prejuízo das sanções previstas em lei e no contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

23.10. 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 Contratada deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da Contratante.

23.11. Se houver acréscimo ao valor do contrato, a Contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da Contratante.

23.12. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a Contratante exigirá nova garantia, escolhida pela Contratada entre as modalidades previstas na Lei Federal nº 14.133/2021.

23.13. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à Contratante no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

23.14. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da Contratada, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência do contrato, mediante certificação, pela Comissão de Execução, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

23.14.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

23.15. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a Contratante, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 23.2 deste edital.

23.15.1. Aceita pela Contratante, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

24. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

24.1. As obrigações da Contratada e do Contratante, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, conforme disposto no art.89, § 2º da Lei Federal nº 14.133/2021:

24.1.1. Constituem obrigações da Contratada, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

24.1.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

24.1.2. Centralizar o comando da publicidade da Contratante no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a Contratada poderá 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.

24.1.2.1. A Contratada deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à Contratante, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

a) 2 (dois) profissionais de atendimento, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 8 (oito) anos na área;

b) 1(um) profissional de planejamento, com experiência, no mínimo, comprovada de 10 anos na área;

- c) 1 (um) diretor de criação, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 10 (dez) anos na área;
- d) 2 (dois) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;
- e) 2 (dois) profissionais de mídia, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 8 (oito) anos na área; e
- f) 1 (um) profissional de análise de dados (business intelligence), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área.

24.1.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela Contratante.

24.1.4. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto do contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem ao contrato, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à Contratante.

24.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à Contratante todas as vantagens obtidas.

24.1.5.1. Pertencem à Contratante todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da Contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

24.1.5.1.1. O disposto no subitem 24.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à Contratada, nos termos do art. 18 da Lei Federal nº 12.232/2010.

24.1.5.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à Contratante, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

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

24.1.5.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 24.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da Contratada e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no contrato.

24.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 da Minuta de Contrato - Anexo IV deste edital, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Contratante.

24.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à Contratante:

- I - Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pela Contratante, aptos a fornecerem à Contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;

III - Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - 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;

V - 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, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor 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.

VII - Para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da Contratada responsável pela documentação:

“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

24.1.7.1. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a Contratada coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da Contratante.

24.1.7.2. A Contratante procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

24.1.7.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a Contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da Contratante.

24.1.7.4. Se e quando julgar conveniente, a Contratante poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela Contratada, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

24.1.7.5 A Contratada está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei Federal nº 12.288/2010.

24.1.7.6. Cabe à Contratada informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta do Contrato - Anexo IV deste edital para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

24.1.7.7. As disposições dos subitens 24.1.7 e 24.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

24.1.8. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto do contrato, à prévia e expressa anuência da Contratante.

24.1.8.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I - Um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

II - Algum dirigente ou empregado da Contratada tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

24.1.9. Obter a autorização prévia da Contratante, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com o contrato.

24.1.9.1. A Contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da Contratante, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

24.1.9.1.1. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da Contratada sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência do contrato.

24.1.9.1.2. Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a Contratada obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da Contratante em veículos de divulgação que promovam conteúdo ou atividades ilegais.

24.1.9.1.3. Quando da programação de veículo de divulgação, a Contratada também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, em veículos de divulgação, cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza fake news, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

24.1.10. Apresentar à Contratante, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação 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 da Minuta do Contrato - Anexo IV deste edital, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

24.1.11. Apresentar à Contratante, como alternativa ao subitem 24.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação 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 da Minuta do Contrato - Anexo IV deste edital, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

24.1.11.1. O estudo de que trata o subitem 24.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da Contratante, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a Contratada.

24.1.11.1.1. O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 24.1.11.1 vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura do contrato.

24.1.11.1.2. Ao final do período de 12 (doze) meses, a Contratada apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

24.1.11.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 24.1.11, a Contratante poderá solicitar novo estudo à Contratada e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

24.1.12. Encaminhar, sempre que solicitado pela Contratante, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

- a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;
- b) Internet: arquivos digitais;
- c) Rádio: arquivos digitais; e
- d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

24.1.12.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da Contratante.

24.1.13. Prestar os seguintes serviços à Contratante, como resultado da concorrência que deu origem ao contrato:

- a) manutenção de acervo da propaganda da Contratante, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;
- b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

24.1.13.1. O banco de imagens será constituído e mantido pelas agências contratadas em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a Contratante a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

24.1.14. 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 os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso, independentemente do disposto nos subitens 24.1.12 e 24.1.13.

24.1.15. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela Contratante.

24.1.16. 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.

24.1.17. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a Contratada e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, permutadas entre a Contratante e a Contratada, 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.

24.1.17.1 O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela Contratada à Contratante após sua realização e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes será enviado quinzenalmente.

- 24.1.17.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a Contratante solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.
- 24.1.18. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Contratante, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como os honorários da Contratada pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria Contratada ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.
- 24.1.19. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da Contratante, sem sua prévia e expressa autorização.
- 24.1.20. Prestar esclarecimentos à Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.
- 24.1.21. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 24.1.22. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem ao contrato, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010.
- 24.1.23. 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.
- 24.1.24. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.
- 24.1.25. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do 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.
- 24.1.26. 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.
- 24.1.27. Apresentar, quando solicitado pela Contratante, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 24.1.28. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria Contratante.
- 24.1.29. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da Contratante.
- 24.1.29.1. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão do contrato e sujeitará a Contratada às penas da Lei Federal nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

24.1.30. Responder perante a Contratante e fornecedores de bens e de serviços especializados 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 do contrato.

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

24.1.32. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato.

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

24.1.33. Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato.

24.1.34. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei Federal nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto Distrital nº 44.330/2023, alterado pelo Decreto Distrital 46.308/2024.

24.1.35. Comprovação das veiculações realizadas:

24.1.35.1. No tocante à veiculação, além das providências inerentes aos serviços especializados prestados por fornecedores, a Contratada fica obrigada a apresentar, sem ônus para a 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 24.1.10 ou 24.1.11, perante a Contratante, a impossibilidade de fazê-lo.

24.1.35.2. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 24.1.10 ou 24.1.11, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a Contratada deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (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;

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a Contratada poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' 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 na alínea 'a' deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a Contratada poderá 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 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;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar uma foto do: (1º dia do período; metade do período e do último dia 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;

b2) Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem ser comprovados através dos criativos programados para veiculação nos monitores/displays, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, 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;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação 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;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido e criativos veiculados, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça.

24.1.35.3. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 24.1.35.2 serão estabelecidas formalmente pela Contratante, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

24.2. Constituem obrigações da Contratante, além das demais previstas no contrato:

24.2.1. cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a Contratada;

24.2.2. fornecer e colocar à disposição da Contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

24.2.3. proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

24.2.4. verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela Contratada;

24.2.5. notificar, formal e tempestivamente, a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato;

24.2.6. notificar a Contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

24.2.7. efetuar os pagamentos à Contratada nas condições e preços pactuados.

24.3. A juízo da Contratante, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a Contratada apresentou na concorrência que deu origem ao contrato poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

24.4. A Contratante comunicará à Contratada por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

25. FISCALIZAÇÃO

25.1. A Contratante nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, preferencialmente, servidores ocupantes de cargo de provimento efetivo ou empregados do quadro permanente, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos resultantes 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.

25.1.1. 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 solicitado ou especificado.

25.1.2. O(s) Executor(es) titular(es) e o(s) substituto(s) ou comissão específica desempenharão as atribuições previstas nas "Normas de Planejamento, Orçamento, Finanças, Patrimônio e Contabilidade do Distrito Federal", Decreto Distrital nº 32.598, de 15 de dezembro de 2010.

25.1.3. Além das atribuições previstas no contrato e na legislação aplicável, caberá ao Executor verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela Contratada.

25.2. A fiscalização pela Contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da Contratada pela perfeita execução dos serviços objeto do contrato.

25.3. A Contratada somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da Contratante.

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

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

25.5. A Contratante adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a Contratante.

25.6. A autorização, pela Contratante, dos planos de mídia e dos serviços executados pela Contratada ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

25.7. A ausência de comunicação por parte da Contratante, referente a irregularidade ou falhas, não exime a Contratada das responsabilidades determinadas neste contrato.

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

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

25.10. À Contratante é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto do contrato, juntamente com representante credenciado pela Contratada.

25.11. A Contratante avaliará os serviços prestados pela Contratada, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

25.11.1. A avaliação será considerada pela Contratante para apurar a necessidade de solicitar das Contratadas correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela Contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

25.11.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada a comissão executora deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

26. REMUNERAÇÃO, DESCONTO DA AGÊNCIA, DIREITOS AUTORAIS E PAGAMENTO

REMUNERAÇÃO

26.1. Pelos serviços prestados, a Contratada será remunerada conforme disposto neste item

26.1.1. Honorários de 4,02 % (quatro vírgula zero dois por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

26.1.2. Honorários de 3,00 % (três por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes:

I) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato.

II) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe

proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III) à reimpressão de peças publicitárias.

26.1.2.1. Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

26.1.3. Honorários de 3,76 % (três virgula setenta e seis por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

26.3. A Contratada não fará jus:

a) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;

b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965;

c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

d) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965;

e) a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela Contratante, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

26.4. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da Contratada, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

26.4.1. Quando houver a autorização excepcional da Contratante para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

26.5. As formas de remuneração estabelecidas neste item poderão ser renegociadas, no interesse da Contratante, quando da renovação ou da prorrogação do contrato.

26.6. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela Contratada.

26.7. Os honorários de que tratam os subitens 26.1.1, 26.1.2 e 26.1.3 deste item serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da Contratada.

DESCONTO DE AGÊNCIA

26.8. Além da remuneração prevista no item 26.1, a Contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto Federal nº 57.690/1966.

26.8.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à Contratada pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da Contratante, nos termos do art. 19 da Lei Federal nº 12.232/2010.

26.8.2. A Contratada repassará à Contratante 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

26.8.3. Nas veiculações realizadas no exterior, a Contratada apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos de divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

26.8.4. Se a Contratada fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 26.8, repassará à Contratante o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo de divulgação.

DIREITOS AUTORAIS

26.9. Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela Contratada, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência do contrato passam a ser integralmente da Contratante, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

26.9.1. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nos itens 26.1 e 26.8 deste item.

26.9.2. A Contratante poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência do contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a Contratada, seus empregados e prepostos.

26.9.3. A juízo da Contratante, as peças criadas pela Contratada poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Governo do Distrito Federal, sem que caiba a eles ou à Contratante qualquer ônus perante a Contratada.

26.9.3.1. 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 detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

26.9.4. Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a Contratada solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela Contratante.

26.9.4.1. A Contratada utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela Contratante, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 26.9.4.2 e 26.9.4.3.

26.9.4.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela 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.

26.9.4.2.1. 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 Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

26.9.4.3. 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 pela 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.

26.9.4.4. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 26.9.4.2 e 26.9.4.3, o valor a ser pago pela Contratante será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos no contrato.

26.9.5. Qualquer remuneração, devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos, será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

26.9.6. A Contratada se obriga 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 pela Contratante, após os procedimentos previstos no subitem 24.1.7 deste edital.

26.9.7. A Contratada se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, 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 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela Contratada 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, a Contratante poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da Contratada 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.

26.9.7.1. Se a Contratante pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 26.9.7, adotará as medidas

cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

26.9.8. A Contratante poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Governo do Distrito Federal. Nesses casos, quando couber, a Contratada ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à Contratante.

PAGAMENTO

26.10. A forma e as condições de liquidação e pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato - Anexo IV deste edital.

26.10.1. Antes da efetivação dos pagamentos deverá ser realizada a comprovação de regularidade das contratadas, mediante apresentação dos seguintes documentos:

26.10.1.1. Prova de regularidade com a Fazenda Federal por meio da Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais, inclusive contribuições previdenciárias, e a Dívida Ativa da União, expedida pelo Ministério da Fazenda/Secretaria da Receita Federal do Brasil (Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751/2014), com jurisdição sobre o local da sede da contratada;

26.10.1.2. Certificado de Regularidade do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, fornecido pela CEF - Caixa Econômica Federal, devidamente atualizado (Lei Federal n.º 8.036/90);;

26.10.1.3. Certidões Negativas de Débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da contratada;

26.10.1.4. Certidão Negativa de Débitos ou certidão positiva com efeito de negativa, emitida pela Secretaria de Estado de Economia do Distrito Federal-SEEC/DF, em plena validade, que poderá ser obtida através do endereço eletrônico: <https://ww1.receita.fazenda.df.gov.br/cidadao/certidoes/Certidao> (inteligência do art. 173, da Lei Orgânica do Distrito Federal).

26.10.1.5. Certidão de regularidade relativa a débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, em plena validade, que poderá ser obtida no site www.tst.jus.br/certidao.

26.11. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, as contratadas serão notificadas, por escrito, para que no prazo de 30 (trinta) dias regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa, sob pena de rescisão contratual.

26.11.1. O prazo estipulado poderá ser prorrogado a juízo da Contratante.

26.11.2. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

26.12. Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas à Contratante, por meio de carta, ficando sob responsabilidade das contratadas os prejuízos decorrentes de pagamentos incorretos devido à falta de informação.

26.13. Os pagamentos efetuados pela Contratante não isentam a contratada de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

27. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

27.1. Comete infração administrativa nos termos da lei, o licitante/contratado que incorrer em quaisquer das infrações previstas no art. 155 da Lei Federal nº 14.133/2021, quais sejam:

27.1.1. Dar causa à inexecução parcial do contrato;

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

27.1.3. Dar causa à inexecução total do contrato;

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

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

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

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

27.1.8. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a dispensa eletrônica ou a execução do contrato;

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

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

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

27.1.12. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei Federal nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

27.2. Com fulcro na Lei Federal nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou contratados as seguintes sanções:

a) advertência;

b) multa;

c) impedimento de licitar e contratar e

d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

27.2.1. Na aplicação das sanções serão considerados:

27.2.1.1. a natureza e a gravidade da infração cometida.

27.2.1.2. as peculiaridades do caso concreto.

27.2.1.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes.

27.2.1.4. os danos que dela provierem para o contratante.

27.3. O licitante/contratado que cometer qualquer das infrações discriminadas no subitem 27.1 ficará sujeito, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às seguintes sanções:

a) Advertência pela falta do subitem 27.1.1 desta Concorrência, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

b) Multa de 0,5% a 30% sobre o valor do contrato licitado ou celebrado e será aplicada ao responsável por qualquer das infrações administrativas previstas nos subitens 27.1.1 a 27.1.12;

b.1. A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado na execução do objeto ou de prazos estipulados.

b.1.1. O atraso sujeitará a Contratada à multa de:

I - 0,5% (cinco centésimos por cento) por dia de atraso na entrega de produto 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;

II - 1,0% (um por cento) por dia de atraso, na entrega de produto ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da Contratante, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.

b.1.2. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de produto ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da Contratante.

b.1.3. A aplicação de multa de mora não impedirá que a Administração a converta em compensatória e promova a extinção unilateral deste contrato com a aplicação cumulada de outras sanções previstas neste contrato (§ único, art. 162) .

b.2. A Contratada estará sujeita à multa compensatória de:

I - 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao produto ou serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II - 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:

a) inexecução total deste contrato;

b) interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da Contratante.

III - 1% (um por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no subitem 23.1 deste edital;

IV - até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

c) Impedimento de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo que tiver aplicado a sanção, pelo prazo máximo de 3 (três) anos, nos casos dos subitens 27.1.2 a 27.1.7, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

d) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, que impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos, nos casos dos subitens 27.1.8 a 27.1.12, bem como nos demais casos que justifiquem a imposição da penalidade mais grave.

27.3.1. A sanção estabelecida na letra "d" do item 27.3 deste artigo será precedida de análise jurídica e observará a seguinte regra:

27.3.1.1. quando aplicada por órgão do Poder Executivo, será de competência exclusiva de secretário estadual e, quando aplicada por Autarquia ou Fundação, será de competência exclusiva da autoridade máxima da entidade.

27.4. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à Contratante (art. 156, §9º).

27.5. Todas as sanções previstas neste edital poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º).

27.6. Antes da aplicação da multa, será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157).

27.7. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º).

27.8. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

27.9. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei Federal nº 14.133/2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

27.10. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei Federal nº 14.133/2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei Federal nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

27.11. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art.160).

27.12. O Contratante deverá, no prazo máximo 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ele aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161).

27.13. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133, de 2021.

28. DISPOSIÇÕES FINAIS

28.1. É facultada à Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do

processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica ou dos Documentos de Habilitação.

28.2. A Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do Contratante para a execução do contrato.

28.3. A Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF adotará todos os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, de acordo com o previsto no artigo 12 da Lei Federal n.º 12.232/2010.

28.4. Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se o Contratante tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações técnicas ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

28.4.1. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação de licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o Contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

28.5. Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o Contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

28.6. 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.

28.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o Contratante comunicará os fatos verificados ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica do Ministério da Justiça e ao Ministério Público do Distrito Federal e Territórios, para as providências devidas.

28.8. 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 dispõe o art. 337-I do Código Penal, incluído através da Lei Federal nº 14.133/2021.

28.9. 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.

28.10. 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.

28.10.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

28.10.2. O Contratante poderá cancelar de pleno direito qualquer Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, 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.

28.11. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas, a Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

28.12. Da cota reservada:

28.12.1. A Lei Complementar nº 123/2006, que estabelece o Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, prevê a possibilidade de reserva de cotas para ME/EPP em licitações, com o objetivo de fomentar a participação dessas empresas. No entanto, essa reserva não é obrigatória e pode ser afastada quando a natureza do objeto licitado torna inviável ou não vantajosa a aplicação do benefício.

28.12.2. No caso concreto, existem alguns pontos que justificam a não aplicação da cota reservada:

28.12.2.1. A área de comunicação exige-se conhecimentos técnicos específicos, experiência em campanhas complexas e capacidade de desenvolver estratégias de comunicação direcionados ao planejamento, criação, programação, monitoramento e gestão de conteúdos institucionais, o que nem sempre é encontrado em empresas menores. Se a empresa contratada não tiver a expertise necessária, poderá haver problemas na execução dos serviços, resultando em campanhas ineficazes ou mal planejadas.

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

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

28.15. Fica proibido o uso de mão de obra infantil, sob pena de rescisão do contrato e a aplicação de multa, sem prejuízo das sanções legais cabíveis, conforme disposto na Lei Distrital nº 5.061/2013.

28.16. Nos termos da Lei Distrital n.º 5.087/2013 a(s) licitante(s) vencedora(s) fica(m) obrigada(s) a comprovar mensalmente, junto ao gestor responsável pelo repasse de recurso público, a regularidade no atendimento às suas obrigações de natureza fiscal, trabalhista e previdenciária relativas aos seus empregados.

28.16.1. o não atendimento das determinações constantes no item 28.16 implica a abertura de processo administrativo para rescisão unilateral do contrato por parte da Administração Pública.

28.17. Nos termos da Lei Distrital nº 5.448/2015, fica proibido o uso ou emprego de conteúdo discriminatório, podendo sua utilização ensejar a rescisão do Contrato e aplicação de multa, sem prejuízo de outras sanções cabíveis, que:

28.17.1. Incentive a violência;

28.17.2. Seja discriminatório contra a mulher, assim entendidos quaisquer conteúdos que diminuam, mesmo que de forma indireta, metafórica ou por analogias, a capacidade laborativa, intelectual ou qualquer outra esfera de vida da mulher;

28.17.3. Incentive a violência contra a mulher, seja por apologia a quaisquer tipos de violência doméstica tipificadas pela Lei Maria da Penha, ou ainda violência sexuais, institucionais, ou qualquer violência fundada na condição de mulher;

28.17.5. Seja homofóbico, racista e sexista;

28.17.6. Incentive a violência contra as mulheres de povos e comunidades tradicionais, negras, indígenas, ciganas, quilombos, transexuais, travestis e transgênero; por orientação sexual e de gênero e por crença;

28.17.7. Represente qualquer tipo de discriminação, especialmente voltados contra minorias em condições de vulnerabilidade.

28.18. Na execução dos serviços, a contratada deverá utilizar as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei Federal n.º 14.133/2021 e na Lei Distrital n.º 4.770/2012.

28.19. As empresas vencedoras de processos licitatórios, como condição para assinatura de contrato, deverão comprovar ou assumir o compromisso de adotar mecanismos para garantir a equidade salarial entre homens e mulheres com o mesmo cargo, atribuições e tempo de serviço, e com grau de instrução igual ou equivalente, de acordo com a Lei Distrital n.º 6.679, de 24 de setembro de 2020.

28.20. Nos termos da Lei Distrital n.º 6.128/2018, no que couber, fica reservado o percentual de 2% das vagas de trabalho contidas no Termo de Referência, Anexo I deste Edital, para pessoas em situação de rua.

28.20.1. A licitante vencedora deverá informar que responde pela pauta da assistência social a oferta de vagas previstas.

28.20.2. Ficam excetuadas as empresas que exploram serviços de vigilância e de transporte de valores.

28.21. A(s) empresa(s) contratada(s) deverá(ão) observar as diretrizes referentes às medidas de prevenção e apuração de denúncias de assédio moral ou sexual, conforme estabelecido no Decreto Distrital n.º 46.174, de 22 de agosto de 2024;

28.22. É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela Contratada, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na Contratante, nos termos do Decreto Distrital n.º 32.751/2011, alterado pelo Decreto Distrital n.º 39.873/2019.

28.23. Por força do disposto no art. 6º, do Decreto Distrital n.º 32.767/2011, os pagamentos de valores iguais ou superiores a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) serão feitos, exclusivamente, mediante crédito em conta corrente, em nome do beneficiário, junto ao Banco de Brasília S/A – BRB, respeitadas as exceções estabelecidas no mesmo dispositivo legal.

28.24. Por força do disposto no art. 1º, da Lei Distrital n.º 5.575, de 18 de dezembro de 2015 e do que dispõe o art. 33 do Decreto Distrital n.º 32.598, de 15 de dezembro de 2010, as súmulas (extratos) dos contratos e dos aditivos pertinentes a esta licitação serão publicados no Portal da Transparência do Distrito Federal e no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF.

28.25. Fica vedada a destinação de recursos para atender despesas com pagamento, a qualquer título, a empresas privadas que tenham em seu quadro diretivo servidor público da ativa, empregado de empresa pública ou de sociedade de economia mista, conforme estabelecido na LDO-2025 (letra "g" do inciso I do art. 23 da Lei Distrital n.º 7.549, de 30 de julho de 2024).

28.26. É obrigatório o cadastramento dos contratos administrativos, bem como os respectivos termos aditivos, apostilamentos e termos de rescisão no Sistema de Gestão de Contratos - e-ContratosDF, nos termos art. 5º do Decreto Distrital n.º 44.162, de 25 de janeiro de 2023.

28.26.1. Fica vedada a execução da despesa que não obedecer ao disposto no subitem 28.26 deste edital.

28.27. É vedado ao Contratado contratar cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente do órgão ou entidade contratante ou de agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato (§ único do art. 48 da Lei Federal n.º 14.133/2021).

28.28. Fica vedada a subcontratação de pessoa física ou jurídica, se aquela ou os dirigentes desta mantiverem vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou se deles forem cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral, ou por afinidade, até o terceiro grau (§ 3º do art. 48 da Lei Federal n.º 14.133/2021).

28.29. Os prazos previstos neste Edital serão contados com exclusão do dia do começo e inclusão do dia do vencimento e observarão as seguintes disposições:

28.29.1. Os prazos expressos em dias corridos serão computados de modo contínuo;

28.29.2. Os prazos expressos em meses ou anos serão computados de data a data;

28.29.3. Nos prazos expressos em dias úteis, serão computados somente os dias em que ocorrer expediente administrativo na SECOM/DF.

28.29.4. Considera-se dia do começo do prazo:

28.29.4.1. O primeiro dia útil seguinte ao da disponibilização da informação na internet;

28.29.4.2. A data de juntada aos autos do aviso de recebimento, quando a notificação for pelos correios.

28.29.5. Considera-se prorrogado o prazo até o primeiro dia útil seguinte se o vencimento cair em dia em que não houver expediente, se o expediente for encerrado antes da hora normal ou se houver indisponibilidade da comunicação eletrônica.

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

28.31. Correrão por conta do Contratante as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF, na forma prevista art. 89 da Lei Federal nº 14.133/2021.

28.32. A Contratada deverá observar a disposição da Lei Geral de Proteção de Dados-LGPD, comprometendo-se a manter sigilo e confidencialidade de todas as informações em especial os dados pessoais e os dados pessoais sensíveis repassados em decorrência da execução do contrato.

28.32.1. A contratada deverá ter ciência da existência da Lei Geral de Proteção de Dados-LGPD) e, se compromete a adequar todos os procedimentos internos ao disposto na legislação, com intuito de proteção dos dados pessoais repassados.

28.33. Justifica-se a não utilização de catálogo eletrônico de padronização do executivo federal, em atendimento ao art. 19 § 2º e art. 40 da Lei Federal n.º 14.133/2021, visto que, em consulta ao link do PNCP: <https://www.gov.br/pncp/pt-br/catalogo-eletronico-de-padronizacao/catalogo-eletronico-de-padronizacao>, verificamos que não consta objeto inerente a presente contratação. Atualmente o catálogo disponibiliza para consulta somente os itens de água mineral natural sem gás, café e açúcar. Vale ressaltar também que, até a presente data, a Secretaria de Economia do

Distrito Federal-SEEC/DF ainda não criou o catálogo eletrônico de padronização de compras e serviços como é exigido no inciso II do art. 36 do Decreto Distrital n.º 44.330/2023.

28.34. As Contratadas, a partir da celebração do contrato, deverá(ão) comprovar que têm implantado o Programa de Integridade no âmbito de sua(s) pessoa(s) jurídica(s), conforme disposto na Lei Distrital n.º 6.112/2018, com a redação alterada pela Lei Distrital nº 6.308/2019.

28.34.1. Os custos e despesas com a implantação e manutenção do Programa de Integridade ficam a cargo da(s) pessoa(s) jurídica(s) contratada(s), não cabendo ao órgão ou entidade contratante o seu ressarcimento.

28.35. Havendo irregularidades neste instrumento, entre em contato com a Ouvidoria de Combate a Corrupção coordenada pela Controladoria Geral do Distrito Federal, por meio do Telefone: 0800-6449060. (Decreto Distrital n.º 34.031/2012).

28.36. O foro para dirimir questões relativas ao presente Edital, será o da circunscrição judiciária especial de Brasília - DF, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

28.37. Integram este Edital os seguintes Anexos:

- a) Anexo I do Edital: Termo de Referência.
- b) Anexo II do Edital: Briefing.
- c) Anexo III do Edital: Modelo de Procuração.
- d) Anexo IV do Edital: Minuta de Contrato.
- e) Anexo V do Edital: Estudo Técnico Preliminar - ETP.

Brasília/DF, 11 de maio de 2026.

Fábio Paixão de Azevedo
Presidente da CEC-SECOM/DF

Equipe de Planejamento da Contratação-EPC - Processo SEI n.º 04000.0001881/2025-21

Núbia Santos da Conceição
Integrante Requisitante
Michel Alves dos Santos
Integrante Administrativo

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º: 90003/2025-SECOM/DF

PROCESSO SEI N.º: 04000-00001881/2025-21

ANEXO I DO EDITAL - TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO:

1.1. O objeto do presente termo de referência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 4 (quatro) agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução dos contratos;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c) produção de conteúdo, à concepção e à execução técnica de ações e peças de comunicação destinadas a múltiplos suportes de veiculação.; e
- d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.

1.1.1.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 1.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

1.1.1.2. O planejamento, previsto no subitem 1.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) e digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados, e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

- a) prover inteligência sobre o mercado e o ambiente de atuação da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal, compreendendo o perfil dos públicos-alvo e a dinâmica dos canais e veículos de divulgação nos quais serão difundidas as peças e as campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar o acompanhamento, a readequação de estratégias, a mensuração de desempenho e a avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

1.1.2. Os serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.1.3. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem anterior os projetos destinados à veiculação de mídia ou à transmissão de conteúdos em canais que operem estritamente como veículos de comunicação e divulgação.

1.2. Para a prestação dos serviços serão contratadas 04 (quatro) agências de propaganda, doravante denominadas agência, licitante ou contratada.

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

1.2.2. As agências atuarão por ordem e conta da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal, em conformidade com o art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, na contratação

de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.2.3. As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução total ou parcial de serviços previstos os subitens 1.1 e 1.1.1 deste termo de referência.

1.2.4. As agências atuarão de acordo com solicitação do contratante, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1.

1.2.5. Vale ressaltar que para a execução do objeto foram definidas a contratação de 4 (quatro) agências para a prestação dos serviços de publicidade, tendo em vista o que dispõe o § 3º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010:

Lei Federal nº 12.232/2010:

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

(...)

§ 3º Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação

1.2.6. Além da definição acima, no caso concreto, utilizamos como parâmetro a definição pela contratação de mais de uma agência considerando o que disciplina o inciso II do § 1º do art. 5º da Instrução Normativa SECOM/PR n.º 01/2023, que assim definiu:

Art. 5º A Equipe de Planejamento da Contratação de serviços de comunicação, quando da elaboração dos Estudos Técnicos Preliminares - ETP, deverá ater-se ao objeto, conforme disposto no art.14.

§ 1º Para fins de definição do quantitativo de agências de propaganda a contratar para a prestação de serviços de publicidade, deverá ser adotado os seguintes parâmetros, tendo como referência ao valor de grande vulto estabelecido pela Lei nº 14.133, de 2021:

(...)

IV - acima de 80% do valor de grande vulto: 4 (quatro) agências de propaganda;

1.2.6.1. Levando em consideração que o valor atualmente utilizado como valor de grande vulto definido no inciso XXII do art. 6º da Lei Federal n.º 14.133/2021 está orçado por força do Decreto Federal n.º 12.343/2024 em R\$ 250.902.323,87, entendemos que a presente contratação estimada em R\$ 200.000.000,00 enquadra-se na faculdade da escolha de 4 (quatro) agências sugeridas no inciso IV do § 1º do art. 5º da Instrução Normativa acima referenciada. Nesse sentido, a subdivisão da execução do objeto em quatro contratos fica aqui justificada.

1.3. As contratadas devem obrigatoriamente possuir, além de estruturas administrativas habilitadas, quantitativos suficientes de profissionais que deverão estar

disponíveis para a execução dos serviços, objeto da contratação, e que, excepcionalmente, poderão ser alocados nas dependências do Contratante, por tempo determinado, no seguinte endereço: Sede da SECOM/DF, situada no Palácio do Buriti e no 14º andar de seu Anexo, no Centro Cívico Administrativo - Praça do Buriti - Brasília/DF, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos e horários exigidos, na prestação dos serviços objeto desta contratação.

1.3.1. Para a execução dos serviços de publicidade, será observada a Portaria nº 9, de 1º de abril de 2019, da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal (SECOM-DF), conforme estabelece o art. 2º, § 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010. Essa normativa fornece diretrizes específicas para a contratação e execução de serviços de publicidade pela Administração Pública do Distrito Federal, garantindo a transparência, eficiência e eficácia na aplicação dos recursos públicos destinados à comunicação.

1.3.1.1. Os serviços serão solicitados à Contratada de modo a garantir que o valor efetivamente realizado por ela, na vigência inicial de 12 (doze) meses do contrato e possíveis prorrogações, não seja inferior a 18,75% (dezoito virgula setenta e cinco por cento) e ultrapassar 43,75% (quarenta e três virgula setenta e cinco por cento) do total executado pelas 04 (quatro) agências contratadas como resultado da concorrência que deu origem a este ajuste.

2. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO E LEGISLAÇÃO:

2.1. A contratação de serviços publicitários prestados por intermédio de agências de propaganda está fundamentada no Estudo Técnico Preliminar constante dos autos do processo administrativo e em Anexo específico no futuro edital de licitação.

2.1.1. De acordo com o art. 37 da Constituição Federal, a Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal (SECOM-DF) deve obedecer a diversos princípios, entre eles o da publicidade e o § 1º do art. 37 estabelece que "*A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social ...*".

2.1.2. Suas ações de comunicação publicitária devem ser desenvolvidas e executadas tendo em vista o alcance de objetivos como dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Governo do Distrito Federal; divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição; estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas; disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais.

2.1.3. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, do Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966 e suas alterações, do Decreto Distrital nº 44.330, de 16 de março de 2023, do Decreto Distrital nº 38.934, de 15 de março de 2018, da Instrução Normativa - SEGES/MPOG nº 5, de 25 de maio de 2017, e no que couber, da Instrução Normativa nº 1-SECOM/PR, de 19 de junho de 2023.

2.1.4. Aplicam-se também à concorrência:

- a) Lei Federal nº 4.320/1964, que estatui Normas Gerais de Direito Financeiro para elaboração e controle dos orçamentos e balanços dos entes da Federação;
- b) Lei Distrital nº 3.184/2003, que regulamenta os §§ 1º e 2º da Lei Orgânica do Distrito Federal;
- c) O Decreto Distrital nº 36.451/2015, que regulamenta a execução de ações de publicidade e patrocínio no âmbito do Governo do Distrito Federal;

- d) Lei Federal nº 9.610 /1998, que consolida a legislação sobre direitos autorais;
- e) Lei Federal n.º 12.846/2013, que versa sobre a responsabilização administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a Administração Pública, nacional ou estrangeira;
- f) Lei Distrital n.º 4.990/2012, regula o acesso a informações no Distrito Federal previsto no art. 5º, XXXIII, no art. 37, § 3º, II, e no art. 216, § 2º, da Constituição Federal e nos termos do art. 45, da Lei federal nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, e dá outras providências;
- g) Decreto Distrital n.º 32.598/2010, que aprova as Normas de Planejamento, Orçamento, Finanças, Patrimônio e Contabilidade do Distrito Federal, e dá outras providências;
- h) Decreto Distrital n.º 38.934/2018, que dispõe sobre a aplicação, no âmbito da Administração Pública Direta e Indireta do Distrito Federal, da Instrução Normativa nº 5, de 25 de maio de 2017, da Secretaria de Gestão do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão;
- i) Decreto Distrital nº 39.610, de 2019, Dispõe sobre a organização da estrutura da Administração Pública do Distrito Federal;
- j) Decreto Distrital nº 41.285/2020, que aprova o Regimento Interno da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal;
- k) Portaria-SECOM/DF nº 9/2019, que aprova o procedimento de seleção interna das Agências de Propaganda no âmbito da Secretaria de Comunicação do Distrito Federal;
- l) Instrução Normativa SECOM/PR n.º 1, de 19 de junho de 2023, que dispõe sobre as licitações e os contratos de serviços de publicidade, promoção, comunicação institucional e comunicação digital, prestados a órgão ou entidade do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo federal. *(somente será utilizada como parâmetro, conforme Parecer Jurídico n.º 279/2025 - PGDF/PGCONS).*
- m) Normas - Padrão de Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas - Padrão - CENP, acessível por meio do link: <https://www.cenp.com.br/banco-de-dados/>.

2.1.5. Da participação ou não de consórcio

2.1.5.1. A Lei Federal nº 14.133/2021, dispõe em seu art. 15, que a não participação de empresas, constituídas sob a forma de consórcio, deve ser justificada.

2.1.5.2. No caso concreto, o objeto da contratação demonstra que há agências de publicidade suficientemente capacitadas e preparadas para atender as exigências licitatórias e futuro cumprimento contratual. Além disso, as ações de comunicação geralmente exigem o acionamento de mais de um produto ou serviço, os quais quando executados de forma conexas e coordenada refletem no perfeito atendimento dos objetivos propostos. Tal característica de integração entre os serviços, somada à exigência de que a execução desses serviços, em sua maioria, é feita por equipe multidisciplinar, composta por diferentes perfis profissionais, entende-se que a aceitação de consórcios na disputa licitatória pode comprometer a correta e integrada execução dos serviços.

2.1.5.3. Permitir a participação de consórcio pode reduzir a quantidade de agências individuais interessadas, tendo em vista a possibilidade de não quererem competir com um consórcio. Dessa forma, a ausência de consórcio para o objeto em comento não trará prejuízos à competitividade do certame que visa exatamente a afastar a restrição à competição.

2.1.5.4. Conforme explica Marçal Justen Filho:

No Direito Administrativo, algumas das características do consórcio foram afastadas. O ponto fundamental da distinção reside na responsabilidade solidária dos consorciados pelos atos praticados, ao longo da execução do contrato administrativo. Em regra, o consórcio não é favorecido ou incentivados pelo nosso Direito. Assim se passa porque, como instrumento de atuação empresarial, o consórcio pode conduzir a resultados indesejados. O consórcio poderia retratar uma composição entre eventuais interessados: em vez de estabelecerem disputa entre si, formalizariam acordo para eliminar a competição. Aliás, a composição entre os potenciais interessados para participar de licitação pode alcançar a dimensão da criminalidade. (grifo nosso).

2.1.5.5. Marçal Justen Filho ressalta ainda que:

A formação de consórcios acarreta risco de dominação do mercado, através de pactos de eliminação de competição entre os empresários. No campo de licitações, a formação de consórcios poderia reduzir o universo da disputa, (...) há hipóteses em que as circunstâncias do mercado e (ou) a complexidade do objeto torna problemática a competição. (grifo nosso).

2.1.5.6. Nesse sentido, conforme apontamentos realizados, considerando que existem diversas agências com capacidade para prestar os serviços contidos no objeto, além do que, a presente contratação será dividida entre 4 (quatro) agências conforme justificativas apresentadas nos subitens 1.2.5 e 1.2.6 deste Termo, constatamos que não há necessidade de participação de agências constituídas sob a forma de consórcio no futuro certame.

3. VALOR CONTRATUAL, RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E VIGÊNCIA:

3.1. A contratação pretendida está incluída na Lei Orçamentária Anual, que prevê a dotação para o exercício 2026 no valor de R\$ 200.000.000,00 (duzentos milhões de reais) para a contratação de serviços de publicidade e propaganda, pelos primeiros 12 (doze) meses, que serão custeados pelos seguintes programas:

3.1.1. Unidade Orçamentária: 15101 - Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal;

3.1.2. Programas de Trabalho 04.131.6203.8505.0002 – Publicidade e Propaganda – Institucional;

3.1.3. Programas de Trabalho 04.131.6203.8505.0004 - Publicidade e Propaganda - Utilidade Pública;

3.1.4. Natureza de Despesa: 33.90.39 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica;

3.1.5. Fonte: 100.

3.2. O contrato terá duração de 12 (doze) meses, a contar de ___/___/___, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, respeitando a vigência máxima decenal, desde que a autoridade competente ateste que as condições e os percentuais de honorários permanecem vantajosos para a Administração.

3.2.1. A Contratante poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

Art. 107. Os contratos de serviços e fornecimentos contínuos poderão ser prorrogados sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, desde que haja previsão em edital e que a autoridade

competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

3.2.1.1. A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho das Contratadas, a ser efetuada pela SECOM/DF.

4. CONDIÇÕES CONTRATUAIS:

4.1. As cláusulas dispostas na minuta do contrato observarão as determinações da Lei Federal nº 12.232/2010, e de forma complementar a Lei Federal nº 14.133/2021, e buscarão contemplar o maior detalhamento possível das condições a serem estabelecidas no relacionamento com as agências, dadas as características da atividade publicitária e as exigências legais as quais se submetem.

4.2. Ressalta-se que a execução contratual poderá ser realizada pelos profissionais da agência, situados em outros Estados, o que agrega uma série de benefícios para a Administração, em decorrência da expertise diversificada desses profissionais.

4.3. Dessa forma, os serviços a serem prestados devem ser claramente estabelecidos no termo contratual, sendo as condições de sua operacionalização definidas pelas próprias agências contratadas, a seu critério ou em comum acordo, conforme a especificidade de cada serviço.

4.4. Ainda em relação à estrutura de atendimento das agências contratadas a ser colocada à disposição da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal, destaca-se a importância do Núcleo de Mídia, constituído e mantido pelas contratadas, o qual configura uma das obrigações mais relevantes nesses contratos, na medida em que apoia a prestação de serviços, na medida em que apoia a prestação de serviços que absorvem em torno de 90% do valor contratual.

4.5. Entende-se que a constituição e manutenção do Núcleo de Mídia, bem como dos serviços por ele prestados, devem ser mantidos no âmbito das obrigações das contratadas. Caberá às agências de propaganda, em conjunto com a SECOM/DF, a definição da equipe necessária para prestação adequada dos serviços sob a responsabilidade do Núcleo de Mídia, em termos de quantitativos, formação acadêmica e qualificação dos profissionais, sendo, contudo, adequado incluir a previsão de que eventual substituição deva ser comunicada previamente a SECOM/DF e que o nível de experiência e qualificação desses profissionais seja equivalente ou superior ao dos profissionais anteriores.

4.5.1. O Núcleo de Mídia deverá desempenhar as seguintes atividades:

4.5.1.1. Planejamento de Mídia:

- a) Definir os objetivos e metas da campanha publicitária;
- b) Identificar o público-alvo e desenvolver estratégias de comunicação eficazes;
- c) Selecionar os meios de comunicação mais adequados para a campanha (TV, rádio, jornal, outdoor, digital, etc.);
- d) Elaborar mapa-choque de veiculação/execução e de investimentos por veículo (off-line e on-line) e por fornecedor, por campanha e por agência, para evitar a sobreposição de espaços.

4.5.1.2. Criação de Conteúdo:

- a) Desenvolver conceitos criativos e mensagens publicitárias que atendam aos objetivos da campanha.
- b) Criar materiais publicitários, como anúncios impressos, comerciais de TV, spots de rádio, banners digitais, etc.

4.5.1.3. Veiculação de Anúncios:

- a) Negociar e comprar espaço publicitário nos meios de comunicação selecionados.
- b) Garantir a veiculação dos anúncios conforme o planejado.

4.5.1.4. Monitoramento e Avaliação:

- a) Acompanhar a veiculação dos anúncios e a resposta do público-alvo.
- b) Avaliar a eficácia da campanha em termos de alcance, impacto e retorno sobre o investimento.

4.5.1.5. Elaborar e fornecer relatórios e dados brutos sobre:

- a) Veiculações planejadas e realizadas; e
- b) Verba por campanha, por veículo de divulgação, por fornecedor de formas inovadoras de publicidade no meio internet, por agência de propaganda, por período de veiculação;

4.5.2. Operacionalizar o Cadastro de Veículos

4.6. Por outro lado, os resultados de uma ação não estão diretamente relacionados com o desempenho das agências contratadas, na medida em que fatores externos (cenário vivenciado pelo país, convicção ideológica do cidadão, postura de servidores no atendimento ao público, etc.) também interferem no grau de atingimento dos objetivos de uma campanha, independentemente da qualidade técnica da ação de publicidade e dos serviços prestados. Dessa forma, não seria correto condicionar o pagamento integral da remuneração das agências aos resultados obtidos com a campanha, nem à qualidade técnica das ações publicitárias, pelos motivos acima expostos. No entanto, o desempenho global das contratadas é periodicamente avaliado, e a execução dos serviços será acompanhada e fiscalizada pelos gestores e fiscais do contrato, para o fiel cumprimento das cláusulas contratuais.

4.7. Com vistas a proporcionar maior controle por parte da SECOM/DF e segurança no uso dos investimentos públicos, ainda devem ser aperfeiçoados os dispositivos relacionados à comprovação das veiculações, no âmbito da execução contratual, estabelecendo a obrigação das agências firmarem contratos com empresas independentes de checagem que contemplem, necessariamente, o acesso da SECOM/DF aos relatórios de checagem produzidos, bem como às ferramentas de monitoramento, audiência, consumo, comportamento, investimento e aos demais dados brutos, nos termos a serem definidos no decorrer da execução contratual.

5. APÊNDICES

5.1. Integram este termo de referência os seguintes Apêndices:

- a) Apêndice 1 do Termo de Referência: Apresentação das Propostas Técnicas e Julgamento das Propostas Técnicas;
- b) Apêndice 2 do Termo de Referência: Apresentação e Julgamento dos Documentos de Habilitação.

APÊNDICE 1 DO TERMO DE REFERÊNCIA

APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.

1. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

QUESITOS	SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico	5
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20
	III. Ideia Criativa	20
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2. Capacidade de Atendimento		25
3. Repertório		10
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
PONTUAÇÃO MÁXIMA		100

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

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

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

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

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 1.2.2 deste Apêndice I;
- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, 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 de 12 pontos, observados os subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3 deste Apêndice I;
- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.

1.2.1. As especificações do subitem 1.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.3.6 deste Apêndice I;

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

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

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

I - ser editados em cores;

II -ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

1.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 1.2 deste Apêndice I.

1.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 1.1.1.2 e 1.2.1 e no subitem 1.2.1.1 deste Apêndice I.

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

1.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas. Ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

1.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 1.1.1.2 e 1.2.1 e no subitem 1.2.1.1 deste Apêndice I.

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

1.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 1.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 1.2, no que couber.

1.3. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing, observadas as seguintes orientações:

1.3.1. Subquestito 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
- d) das necessidades de comunicação do Contratante para solucionar esse desafio.

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

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

1.3.3. Subquestito 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;
- b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3 deste Apêndice I;

1.3.3.1. A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

1.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 1.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

1.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem

1.3.3. estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

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

1.3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 1.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

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

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

1.3.3.3.4. O 'monstro' ou *leiaute* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

1.3.3.3.4.1. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

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

1.3.3.3.6. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

1.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

1.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea 'd' do subitem 1.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

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

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

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

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

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

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

1.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

1.3.4.2. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

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

1.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965;
- e) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- f) deverá ser observado o disposto no § 9 do artigo 149 da Lei Orgânica do Distrito Federal

1.3.4.3.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 1.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

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

- I - ter a identificação da licitante;
- II - ser datado;

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

1.5 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, 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, devidamente identificado.

1.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 1.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

1.7. Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, 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, devidamente identificado.

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

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

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

1.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01 de janeiro de 2014

1.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.7 ou ser apresentadas soltas.

1.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças

e indicadas suas dimensões originais.

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

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

1.8.3. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

1.9. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, 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, devidamente identificado.

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

1.10. A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

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

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

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

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

1.10.1. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 1.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

1.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 1.10 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2014

1.10.3. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou

não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

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

1.10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 1.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 1.10 para descrição do Relato.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

2.1. A Subcomissão Técnica, constituída conforme previsão contida no edital, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Apêndice I e no edital.

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

2.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

2.2.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
- d) das necessidades de comunicação do Contratante para solucionar esse desafio.

2.2.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.
- g) coerência entre as ações propostas e a verba disponível
- h) elaboração do conceito e definição da estratégia em respeito ao caráter institucional da comunicação pretendida.

2.2.1.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.
- h) qualidade artística e técnica das apresentações

2.2.1.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) capacidade de sustentação da campanha (consistência do plano em relação ao público-alvo), e consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia, e grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

2.2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante;
- e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE.

2.2.3. Quesito 3 - Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.
- d) criatividade do conjunto de elementos do projeto técnico e do material apresentado

2.2.4. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

2.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 2 deste Apêndice I.

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

Quesito	Subquesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	PONTUAÇÃO QUESITO
Quesito 1 Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico (1)	5	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Contratante e do contexto de sua atuação	1,25
			b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;	1,25
			c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo Contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	1,25

		d) das necessidades de comunicação do Contratante para solucionar esse desafio.	1,25
Estratégia de Comunicação Publicitária (2)	20	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;	2,5
		b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	2,5
		c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do Contratante com seus públicos;	2,5
		d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	2,5
		e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,5
		f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.	2,5

			g) coerência entre as ações propostas e a verba disponível	2,5
			h) elaboração do conceito e definição da estratégia em respeito ao caráter institucional da comunicação pretendida.	2,5
			a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;	2,5
		20	b) a pertinência da solução criativa com a natureza do Contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,5
			c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;	2,5
			d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	2,5
			e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	2,5
			f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	2,5
		Ideia Criativa (3)		

			g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	2,5
			h) qualidade artística e técnica das apresentações	2,5
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (4)	10	a) capacidade de sustentação da campanha (consistência do plano em relação ao público-alvo), e consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	2,5
			b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,5
			c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	2,5
			d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia, e grau de	2,5

		<p>eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.</p>	
<p>Quesito 2 - Capacidade de Atendimento</p>	<p>25</p>	<p>a) o porte e a tradição dos clientes, como Contratantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;</p>	<p>5,0</p>
		<p>b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Contratante;</p>	<p>5,0</p>
		<p>c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Contratante na execução do contrato;</p>	<p>5,0</p>
		<p>d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante;</p>	<p>5,0</p>
		<p>e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de</p>	<p>5,0</p>

		circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Contratante.	
Quesito 3 - Repertório	10	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;	2,5
		b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;	2,5
		c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças	2,5
		d) criatividade do conjunto de elementos do projeto técnico e do material apresentado	2,5
Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;	2,5
		b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;	2,5
		c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;	2,5

		d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante	2,5
PONTUAÇÃO MÁXIMA		100	

OBS: Para efeito de aferição da nota nos seguintes quesitos e subquesitos abaixo, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação:

Quando a nota máxima do subitem for 5: 0,0 (nulo); 1,0 (insuficiente); 2,5 (médio inferior); 3,5 (médio superior); 5,0 (superior);

Quando a nota máxima do subitem for 2,5: 0,0 (nulo); 0,5 (insuficiente); 1,25 (médio inferior); 1,5 (médio superior); 2,5 (superior);

Quando a nota máxima do subitem for 1,25: 0,0 (nulo); 0,5 (insuficiente); 0,75 (médio inferior); 1,0 (médio superior); 1,25 (superior).

2.3.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 1.8.1 e 1.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 2.3.2 deste Apêndice I.

2.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

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

2.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão 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.

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

2.4. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as duas agências com as maiores pontuações, observado o disposto no subitem 2.5 deste Apêndice I.

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

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

b) não alcançar, no total, **a nota mínima de 70 (setenta) pontos;**

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.5.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências deste Apêndice I, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto nos artigos 155 a 163 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

2.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das quatro licitantes mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos:

2.6.1. Plano de Comunicação Publicitária;

2.6.2. Capacidade de Atendimento, Repertório; e

2.6.3. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Contratação, cuja data será divulgada no Diário Oficial do Distrito Federal e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

3. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

3.1. O julgamento final das Propostas Técnicas será feito de acordo com o rito previsto na Lei Federal nº 14.133/2021, para o critério de julgamento "*Melhor Técnica*".

3.2. Serão consideradas vencedoras do julgamento final da Concorrência as 4 (quatro) licitantes que:

3.2.1. Tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas;

3.2.2. Tenham sido devidamente habilitadas nos termos do Apêndice 2 deste termo de referência.

APÊNDICE 2 DO TERMO DE REFERÊNCIA

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

1. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

1.1. Os Documentos de Habilitação, a serem apresentados pelas 04 (quatro) licitantes vencedoras da etapa de julgamento das Propostas Técnicas, deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - em via original; ou

II - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III - em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

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

1.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.

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

1.2.1. Habilitação Jurídica:

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

a.1) Os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a

execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto da Concorrência.

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

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

d) Registro comercial, em caso de empresa individual.

e) Cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante.

1.2.2. Regularidade Fiscal, Social e Trabalhista:

a) Inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ.

b) Inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual.

c) Prova de regularidade com a Fazenda Federal por meio da Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais, inclusive contribuições previdenciárias, e a Dívida Ativa da União, expedida pelo Ministério da Fazenda/Secretaria da Receita Federal do Brasil (Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751/2014), com jurisdição sobre o local da sede da licitante.

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante.

d.1) Para as agências com sede e/ou domicílio fora do Distrito Federal - apresentar Certidão Negativa de Débitos ou certidão positiva com efeito de negativa, emitida pela Secretaria de Estado de Economia do Distrito Federal-SEEC/DF, em plena validade, que poderá ser obtida através do endereço eletrônico: <https://ww1.receita.fazenda.df.gov.br/cidadao/certidoes/Certidao> (inteligência do art. 173, da Lei Orgânica do Distrito Federal). A comprovação desta exigência para as agências com sede ou domicílio no Distrito Federal serão verificadas por meio de declaração impressa do Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF.

e) Regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação.

f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

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

1.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

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

1.2.3. Qualificação Técnica:

a) Ao menos uma declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto da

concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 1.1 deste Termo de Referência.

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

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

b.2) O documento obtido no site do CENP (<https://www.cenp.com.br/>) ou da entidade equivalente poderá ter à sua validade verificada pela Comissão Especial de Contratação.

1.2.4. Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante, dentro do prazo de validade.

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

a.2) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

b) balanço patrimonial, demonstrações de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no § 6º do art. 69 da Lei Federal nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b.1) O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

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

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

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

II. Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio

da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante.

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

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

- a) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
- b) termo de abertura e encerramento;
- c) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

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

- a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;
- b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

1.2.4.2. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) Do balanço referido na alínea 'b' do subitem 1.2.4, 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):

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

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

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

b) Do balanço referido no subitem 1.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

Ativo Total
S = _____
Passivo Exigível Total

1.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

1.2.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 1.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico financeira deverá incluir, no Invólucro nº 4, comprovante de que possui, no mínimo, capital social ou patrimônio líquido equivalente a R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais).

1.2.5. Declarações:

a) Declaração sobre trabalho do menor, na forma do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal e a Lei Distrital n.º 5.061/2013:

À
Comissão Especial de Contratação
Referente: Concorrência Presencial n.º ____/2025-SECOM/DF.
Processo SEI n.º 04000-00001881/2025-21.

<razão social da licitante>, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____/_____, inscrito(a) no CPF sob o nº _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei Federal nº 14.133/2021, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

<se for o caso acrescentar a ressalva a seguir>

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

<local e data>

<representante legal da licitante>

b) Declaração para os fins do art. 14 da Lei Federal nº 14.133 de 2021 e do decreto Distrital nº 39.860, de 30 de maio de 2019:

À
Comissão Especial de Contratação
Referente: Concorrência Presencial n.º ____/2025-SECOM/DF.

futuro contrato, bem como aos profissionais disponibilizados para execução dos serviços objeto da Concorrência Presencial n.º ____/2025-SECOM/DF, pelo prazo de duração do Contrato e após o seu término, conforme regulamentação específica e aplicável em sua área de atuação, e portanto, afirma não exercer atividades que conflitem com as atividades finalísticas da Contratante.

<local e data>

Representante Legal

e) Declaração de previsão da integralidade dos custos para atendimento de direitos trabalhistas, para os fins do que dispõe o § 1º, do art. 63, da Lei Federal nº 14.133, de 2021:

Modelo de Declaração de previsão da integralidade dos custos para atendimento de direitos trabalhistas

DECLARAÇÃO

À

Comissão Especial de Contratação

Referente: Concorrência Presencial n.º ____/2025-SECOM/DF.

Processo SEI n.º 04000-00001881/2025-21.

..... inscrita no CNPJ sob o n....., sediada na, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a), portador(a) da Carteira de Identidade n.º e do CPF n.º, DECLARA, sob as penalidades da lei e sob pena de desclassificação que, sua proposta econômica compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas, nos termos do § 1º, do art. 63, da Lei Federal nº 14.133, de 2021 e em outras normas específicas.

<local e data>

<representante legal da licitante>

f) Demais Declarações:

DECLARAÇÃO

À

Comissão Especial de Contratação

Referente: Concorrência Presencial n.º ____/2025-SECOM/DF.

Processo SEI n.º 04000-00001881/2025-21.

..... inscrita no CNPJ sob o n....., sediada na, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a), portador(a) da Carteira de Identidade n.º e do CPF n.º, DECLARA, para os devidos fins e sob as penas da Lei, que a empresa:

1. Está ciente e concorda com as condições contidas no edital e seus anexos;

2. cumprimos plenamente os requisitos de habilitação e que nossa proposta está em conformidade com as exigências da Concorrência Presencial n.º 90002/2025-SECOM/DF.
3. Não possuímos na nossa cadeia produtiva empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;
4. Cumprimos as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social e aprendiz, previstas em lei e em outras normas específicas.
5. (*se for o caso*) declaramos que nossa empresa está enquadrada como microempresa, empresa de pequeno porte e cumpre os requisitos estabelecidos no art. 3º da Lei Complementar n.º 123, de 2006.

<local e data>

<representante legal da licitante>

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

1.4. A inscrição no sistema de registro cadastral unificado disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas-PNCP, a que se referem os arts. 87 e 88 da Lei Federal nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública, dentro do prazo de validade e compatível com o objeto da concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 1.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.2.2 deste Apêndice 2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao contratante a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

1.5. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF, deverá apresentar somente os documentos abaixo:

- a) Documentos de Habilitação Jurídica, previstos no subitem 1.2.1;
- b) Documentos de Qualificação Técnica, previstos no subitem 1.2.3;
- c) Comprovação de que possui capital social ou patrimônio líquido de, no mínimo, 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação, ou seja R\$ 20.000.000,00, se qualquer dos índices de Liquidez constantes do subitem 1.2.4.2. deste Apêndice 2, calculados de acordo com o as letras "a" e "b" do citado subitem apresentar resultado igual ou menor que 1 (um) em quaisquer dos índices mencionados;
- d) Para as empresas com sede e/ou domicílio FORA do Distrito Federal - certidão Negativa de Débitos ou certidão positiva com efeito de negativa, emitida pela Secretaria de Estado de Economia do Distrito Federal-SEEC/DF, em plena validade, que poderá ser obtida através do endereço eletrônico: <https://ww1.receita.fazenda.df.gov.br/cidadao/certidoes/Certidao> (inteligência do art. 173, da LODF). A comprovação desta exigência para as empresas com sede ou domicílio no Distrito Federal serão verificadas por meio de declaração impressa do Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF;
- e) Certidão Negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade, no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

f) Balanço patrimonial e a demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, previsto na letra "b" do subitem 1.2.4.2.

g) Declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas 'a', 'b', "c" se houver fato impeditivo, "d", "e" e "f" do subitem 1.2.5.

1.5.1. Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 1.5 não estiverem disponíveis no SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro da documentação de habilitação, dos documentos de que tratam a alínea 'b' do subitem 1.2.4 ou, se for o caso, a alínea 'b' do subitem 1.2.4.1.

1.5.2. À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro da documentação de habilitação, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do SICAF.

1.5.3. A validade dos documentos cadastrais e de habilitação parcial por meio de consulta "on-line" ao SICAF, no ato de recebimento da documentação de habilitação, será impressa pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF sob forma de "Declaração".

2. JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

2.1. A Comissão Especial de Contratação examinará os Documentos de Habilitação das 4 (quatro) empresas que tenham sido mais bem classificadas na fase de julgamento final das propostas técnicas para verificação quanto as condições de participação estabelecidas no Edital e julgará habilitadas as licitantes que atenderem integralmente os requisitos de habilitação exigidos no instrumento convocatório.

2.2. A habilitação das licitantes será verificada por meio do SICAF ou do Sistema de Registro Cadastral Unificado, nos documentos por ele abrangidos, ou mediante a análise da documentação apresentada pelas licitantes não cadastradas no referido sistema.

2.2.1. A situação das licitantes que optaram por efetuar sua habilitação conforme previsto no subitem 1.5 deste Apêndice 2 será verificada por meio de consulta *on-line* no SICAF ou do Sistema de Registro Cadastral Unificado, que será impressa sob forma de "Declaração" e instruirá o processo, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021 e da Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 03/2018.

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

2.2.1.2. Se alguma licitante for inabilitada em decorrência de irregularidade constatada por meio do SICAF ou do Sistema de Registro Cadastral Unificado e comprovar, mediante a apresentação do formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, que entregou a documentação à sua Unidade Cadastradora no prazo regulamentar, a Comissão Especial de Contratação suspenderá os trabalhos e comunicará o fato ao gestor do SICAF ou do Sistema de Registro Cadastral Unificado.

a) O Recibo de Solicitação de Serviço apresentado deverá estar com os campos relativos à documentação complementar exigida para habilitação parcial ou à atualização de documentos de habilitação parcial preenchidos, conforme o caso.

2.3. Será inabilitada a licitante:

a) em cuja Declaração de Situação conste qualquer documento obrigatório com prazo de validade vencido e que não apresente tais documentos atualizados em conjunto com os Documentos de Habilitação exigidos no Edital;

b) cujo cadastramento esteja suspenso ou inativo;

- c) que deixar de apresentar, de acordo com o exigido, qualquer documento solicitado ou apresentá-lo com vícios ou defeitos, bem como não atender as condições para habilitação previstas no Edital;
- d) que não reste comprovada a regularidade trabalhista, por meio da consulta prevista no edital.

2.4. Se nenhuma licitante restar habilitada, a SECOM/DF reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes para apresentar os respectivos documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º: 90003/2025-SECOM/DF

PROCESSO SEI N.º: 04000-00001881/2025-21

ANEXO II DO EDITAL - BRIEFING

Introdução

O Distrito Federal vive um período de intensa transformação. Grandes obras de infraestrutura — algumas emblemáticas, como o Túnel Rei Pelé, em Taguatinga — e intervenções urbanas de menor escala, como a construção e a reforma de calçadas, estão presentes em praticamente todas as regiões administrativas. Ao longo dos últimos sete anos, o Governo do Distrito Federal (GDF) tem promovido investimentos estruturais que modernizam a cidade, melhoram a mobilidade e elevam a qualidade de vida da população.

Paralelamente a essas transformações visíveis, o GDF tem realizado uma obra igualmente relevante, porém menos perceptível nas ruas: a obra social. Trata-se de um conjunto de políticas públicas voltadas à promoção da dignidade humana, priorizando o atendimento às necessidades essenciais da população.

Nesse contexto, o Governo aprimorou programas existentes e implementou novas iniciativas nas áreas de segurança alimentar, educação básica e qualificação profissional. Os Restaurantes Comunitários passaram a oferecer refeições a preços acessíveis, reduzindo o valor do almoço de R\$3,00 para R\$1,00, além da inclusão de café da manhã e jantar por R\$0,50 cada, totalizando três refeições diárias por apenas R\$2,00. A ampliação da rede incluiu a construção de quatro novas unidades.

O Cartão Prato Cheio foi expandido de 9 para 18 meses de benefício e de 100 mil para 130 mil famílias atendidas, garantindo crédito mensal de R\$250 para aquisição de alimentos. Complementarmente, o Cartão Gás beneficia 70 mil famílias com auxílio bimestral de R\$100 para compra de botijão de gás. Essas ações integradas fortalecem a política de segurança alimentar do DF, reconhecida nacionalmente com o Prêmio Selo Betinho em 2025.

Na área educacional, o Cartão Creche dobrou o número de crianças atendidas nos últimos quatro anos, alcançando mais de 10 mil beneficiários, com créditos mensais entre R\$920 e R\$1.472 para pagamento de creches credenciadas. O Cartão Material Escolar atende cerca de 200 mil alunos, permitindo a aquisição de materiais em estabelecimentos habilitados, promovendo autonomia de escolha e inclusão educacional.

Programas de qualificação profissional, como o Renova DF, oferecem capacitação a pessoas desempregadas e em situação de vulnerabilidade social, incluindo população em situação de rua, preparando-as para o mercado de trabalho nas áreas de construção civil e jardinagem. Além da formação profissional, o programa contribui para a revitalização de espaços públicos, gerando benefícios coletivos.

Desafio de Comunicação

A Secretaria de Estado de Comunicação do Governo do Distrito Federal (Secom) tem como missão assegurar que a população receba informações claras, transparentes e acessíveis sobre as ações governamentais, tanto para fins institucionais quanto de utilidade pública. A publicidade é uma ferramenta estratégica para ampliar o alcance das mensagens, promover compreensão e fortalecer a lembrança das iniciativas do governo.

Embora o GDF seja amplamente reconhecido pelas obras de infraestrutura e mobilidade realizadas nos últimos anos, pesquisas indicam que os programas sociais — apesar de sua relevância — ainda não ocupam posição proporcional na percepção pública. Existe, portanto, a necessidade de reposicionar a imagem institucional do Governo, evidenciando seu caráter humano e social.

Os programas sociais são fundamentais para a promoção da dignidade, redução das desigualdades e melhoria de indicadores que projetam o Distrito Federal como referência em qualidade de vida. A comunicação deve reforçar que o GDF atua de forma abrangente, equilibrando investimentos em infraestrutura com políticas sociais voltadas às pessoas.

O desafio consiste em ampliar o reconhecimento público dessas ações, humanizar a narrativa institucional e fortalecer a percepção do GDF como um governo que cuida das pessoas.

Objetivos de Comunicação

Objetivo Geral

Comunicar à população do Distrito Federal os benefícios oferecidos pelos programas sociais do GDF, voltados a pessoas em situação de vulnerabilidade econômica e social.

Objetivos Específicos

Evidenciar a abrangência e o fortalecimento do conjunto de programas sociais do GDF;

Destacar os principais benefícios e resultados gerados por esses programas;

Incentivar a população a buscar informações sobre acesso aos serviços;

Humanizar a comunicação institucional, reforçando o compromisso do governo com as pessoas.

Público-alvo

População do Distrito Federal, com atenção especial a famílias em situação de vulnerabilidade econômica e social.

Praça

Distrito Federal.

Período

As agências participantes poderão sugerir o período de veiculação, conforme a estratégia proposta, considerando duração máxima de 30 dias.

Verba Referencial

R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais).

Recursos Próprios de Comunicação

O GDF dispõe de canais proprietários de comunicação, incluindo redes sociais (Instagram, Facebook, YouTube e TikTok), portal institucional e canais das secretarias.

Links de Referência

Histórico de campanhas: <https://www.comunicacao.df.gov.br/category/campanhas/>

Manual de marca do GDF: <https://www.df.gov.br/marcadogoverno/>

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º: 90003/2025-SECOM/DF**PROCESSO SEI N.º: 04000-00001881/2025-21****ANEXO III DO EDITAL - MODELO DE PROCURAÇÃO**

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na **Concorrência Presencial n.º 90003/2025 - SECOM/DF - Processo SEI n.º 04000-00001881/2025-21.**

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

local e data

<nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais>

***Observação:** 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.*

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º: 90003/2025-SECOM/DF

PROCESSO SEI N.º: 04000-00001881/2025-21**ANEXO IV DO EDITAL - MINUTA DO CONTRATO**

**CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE N.º ____/____-SECOM/DF QUE,
ENTRE SI, FAZEM O DISTRITO FEDERAL,
POR INTERMÉDIO DO SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL, E A EMPRESA**

PROCESSO SEI N.º _____.

O DISTRITO FEDERAL, por intermédio da Secretaria de Comunicação do Distrito Federal - SECOM/DF, CNPJ nº _____, sediado _____, doravante designado CONTRATANTE, neste ato representada pelo Senhor _____, CPF nº _____, na qualidade de _____, residente e domiciliado nesta cidade, de acordo com a competência prevista nas Normas de Planejamento, Orçamento, Finanças, Patrimônio e Contabilidade do Distrito Federal, e a empresa _____, CNPJ nº _____, estabelecida no _____, doravante denominada CONTRATADA, neste ato representada por _____, portador da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF sob o nº _____, residente e domiciliado em _____, têm, entre si, acordado os termos deste contrato, objeto da **Concorrência Presencial nº 90003/2025-SECOM/DF**, Processo SEI n.º 04000-00001881/2025-21, mediante as CLÁUSULAS, termos e condições a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA - REGIME DE EXECUÇÃO, LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. Os serviços do presente contrato serão realizados na forma de execução indireta e reger-se-á pelas disposições da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, a Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, a Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, o Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966 e suas alterações, o Decreto Distrital nº 44.330, de 16 de março de 2023, o Decreto Distrital nº 38.934, de 15 de março de 2018, a Instrução Normativa - SEGES/MPOG nº 5, de 25 de maio de 2017, e no que couber, a Instrução Normativa nº 1-SECOM/PR, de 19 de junho de 2023.

1.1.1. Aplicam-se também a este contrato as disposições da Lei Distrital nº 3.184, de 29 de agosto de 2003, e Decreto Distrital nº 36.451/2015, de 15 de abril de 2015 e alterações posteriores e a Portaria-SECOM/DF nº 9, de 01 de abril de 2019.

1.2. Independentemente de transcrição, 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 Presencial nº 90003/2025-SECOM/DF e seus anexos (ID SEI n.º _____), o Termo de Referência (ID SEI n.º _____), as Propostas Técnicas (ID SEI n.º _____) e os documentos de habilitação (ID SEI n.º _____), bem como os demais documentos que tenham servido de base para o julgamento do certame supracitado.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a

execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias da Contratante junto a públicos de interesse.

2.1.1. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do presente contrato;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do presente contrato;
- c) à produção de conteúdo, à concepção e à execução técnica de ações e peças de comunicação destinadas a múltiplos suportes de veiculação; e
- d) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

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

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

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'b' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

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

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

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

2.2. A Contratada atuará por ordem e conta da Contratante, em conformidade com o art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3. A Contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

2.4. A Contratada atuará de acordo com solicitação da Contratante, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame que deu origem a este contrato, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

2.5 A Contratante procederá, na forma estipulada pela Portaria nº 9, de 1º de abril de 2019, publicada no DODF nº 61, de 1º de abril de 2019, pág. 29, ou em legislação própria, a seleção interna das agências contratadas para a execução de suas ações de publicidade.

2.6. Os serviços serão solicitados à Contratada de modo a garantir que o valor efetivamente realizado por ela, na vigência inicial de 12 (doze) meses do contrato e possíveis prorrogações, não seja inferior a 18,75% (dezoito virgula setenta e cinco por cento) e ultrapassar 43,75% (quarenta e três virgula setenta e cinco por cento) do total executado pelas 04 (quatro) agências contratadas como resultado da concorrência que deu origem a este ajuste.

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, a contar de ___/___/___, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, respeitando a vigência máxima decenal, desde que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração.

3.1.1. A Contratante poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

3.1.1.1. A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da Contratada, a ser efetuada pela Contratante.

CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. O valor total anual deste contrato, decorrente da Concorrência Presencial nº 90003/2025-SECOM/DF, que deu origem a este instrumento, está estimado em R\$ _____ (_____), pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 consta da Lei Orçamentária Anual - ano da LOA, nas seguintes funcionais programáticas:

- a) Unidade Orçamentária: 15101 - Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal.
- b) Programa de Trabalho: _____.
- c) Natureza Despesa: _____.
- d) Fonte de Recursos: _____.

4.3. Se a Contratante optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3.1. Na prorrogação, a Contratante poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a Contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.

4.3.2. A Contratante poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a Contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4.4. A Contratante se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4.5. No interesse da Contratante, a Contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o

limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, conforme disposto nos do art. 125 e 126 da Lei Federal nº 14.133/2021.

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da Contratada, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Centralizar o comando da publicidade da Contratante no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a Contratada poderá 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 Contratada deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à Contratante, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

- a) 2 (dois) profissionais de atendimento, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 8 (oito) anos na área;
- b) 1(um) profissional de planejamento, com experiência, no mínimo, comprovada de 10 anos na área;
- c) 1 (um) diretor de criação, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 10 (dez) anos na área;
- d) 2 (dois) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;
- e) 2 (dois) profissionais de mídia, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 8 (oito) anos na área; e
- f) 1 (um) profissional de análise de dados (business intelligence), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área.

5.1.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela 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 instrumento, 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 de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à Contratante todas as vantagens obtidas.

5.1.5.1. Pertencem à Contratante todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da Contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo 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 de divulgação à Contratada, nos termos do art. 18 da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.1.5.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à Contratante, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

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

5.1.5.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da Contratada e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

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 da Contratante.

5.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à Contratante:

I - Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pela Contratante, aptos a fornecerem à Contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - 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;

V - 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, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor 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.

VII - Para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da Contratada responsável pela documentação:

“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

5.1.7.1. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a Contratada coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da Contratante.

5.1.7.2. A 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 Contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da Contratante.

5.1.7.4. Se e quando julgar conveniente, a Contratante poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela Contratada, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

5.1.7.5 A Contratada está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei Federal nº 12.288/2010.

5.1.7.6. Cabe à Contratada informar, por escrito, aos fornecedores de bens e 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.

5.1.7.7. As disposições dos subitens 5.1.7 e 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da Contratante.

5.1.8.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I - Um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

II – Algum dirigente ou empregado da Contratada tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9. Obter a autorização prévia da Contratante, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato.

5.1.9.1. A Contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da Contratante, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.9.1.1. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da Contratada sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

5.1.9.1.2. Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a Contratada obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da Contratante em veículos de divulgação que promovam conteúdo ou atividades ilegais.

5.1.9.1.3. Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a Contratada também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, veículos de divulgação, cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza fake news, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

5.1.10. Apresentar à Contratante, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação 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 art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11. Apresentar à Contratante, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação 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 art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da Contratante, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a Contratada.

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 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.11.1.2. Ao final do período de 12 (doze) meses, a Contratada apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) 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, a Contratante poderá solicitar novo estudo à Contratada e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.12. Encaminhar, sempre que solicitado pela Contratante, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

- a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;
- b) Internet: arquivos digitais;
- c) Rádio: arquivos digitais; e
- d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.12.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da Contratante.

5.1.13. Prestar os seguintes serviços à Contratante, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento:

- a) manutenção de acervo da propaganda da Contratante, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;
- b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.13.1. O banco de imagens será constituído e mantido pelas agências contratadas em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a Contratante faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprover.

5.1.14. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso, independentemente do disposto nos subitens 5.1.12 e 5.1.13.

5.1.15. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela Contratante.

5.1.16. 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.

5.1.17. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a Contratada e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, permutadas entre a Contratante e a Contratada, 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.

5.1.17.1 O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela Contratada à Contratante após sua realização e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes será enviado quinzenalmente.

5.1.17.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a Contratante solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

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

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

5.1.20. Prestar esclarecimentos à Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

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

5.1.22. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

5.1.23. 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.

5.1.24. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

5.1.25. 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.

5.1.26. 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.

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

5.1.28. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

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

5.1.29.1. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a Contratada às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

5.1.30. Responder perante a Contratante e fornecedores de bens e de serviços especializados 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.

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

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

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

5.1.33. Responder por qualquer ação administrativa ou 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.

5.1.34. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei Federal nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto Distrital nº 44.330/2023, alterado pelo Decreto Distrital 46.308/2024.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. Constituem obrigações da Contratante, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a Contratada;

- b) fornecer e colocar à disposição da Contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela Contratada;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a Contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- g) efetuar os pagamentos à Contratada nas condições e preços pactuados.

6.2. A juízo da Contratante a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a Contratada apresentou na concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

6.3. A Contratante comunicará à Contratada por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. A Contratante nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, preferencialmente, servidores ocupantes de cargo de provimento efetivo ou empregados do quadro permanente, para acompanhar e fiscalizar a execução 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 as contratadas, objetivando sua imediata correção.

7.1.1. 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 solicitado ou especificado.

7.1.2. O(s) Executor(es) titular(es) e o(s) substituto(s) ou comissão específica desempenharão as atribuições previstas nas “Normas de Planejamento, Orçamento, Finanças, Patrimônio e Contabilidade do Distrito Federal”, Decreto Distrital nº 32.598, de 15 de dezembro de 2010.

7.1.3. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao Executor verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela Contratada.

7.2. A fiscalização pela Contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da Contratada pela perfeita execução dos serviços objeto do contrato.

7.3. A Contratada somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da Contratante.

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

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

7.5. A Contratante adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a Contratante.

7.6. A autorização, pela Contratante, dos planos de mídia e dos serviços executados pela Contratada ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

7.7. A ausência de comunicação por parte da Contratante, referente a irregularidade ou falhas, não exime a Contratada das responsabilidades determinadas neste contrato.

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

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

7.10. À Contratante é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela Contratada.

7.11. A Contratante avaliará os serviços prestados pela Contratada, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

7.11.1. A avaliação será considerada pela Contratante para: apurar a necessidade de solicitar das Contratadas correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela Contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.11.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada a comissão executora deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a Contratada será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1. Honorários de 4,02 % (quatro vírgula zero dois por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

8.1.2. Honorários de 3,00 % (três por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes:

I) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto deste contrato.

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

III) à reimpressão de peças publicitárias.

8.1.2.1. Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

8.1.3. Honorários de 3,76 % (três virgula setenta e seis por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

8.3. A Contratada não fará jus:

a) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;

b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965;

c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

d) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965;

e) a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela Contratante, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.4. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da Contratada, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

8.4.1. Quando houver a autorização excepcional da Contratante para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

8.5. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da Contratante, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

8.6. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela Contratada.

8.7. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.1, 8.1.2 e 8.1.3 deste contrato serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da Contratada.

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a Contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto Federal nº 57.690/1966.

9.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à Contratada pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da Contratante, nos termos do art. 19 da Lei Federal nº 12.232/2010.

9.2. A Contratada repassará à Contratante 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

9.2.1. Nas veiculações realizadas no exterior, a Contratada apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos de divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

9.2.1.1. Se a Contratada fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 9.1, repassará à Contratante o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo de divulgação.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela Contratada, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente da Contratante, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

10.1.1. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2. A Contratante poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a Contratada, seus empregados e prepostos.

10.1.3. A juízo da Contratante, as peças criadas pela Contratada poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Governo do Distrito Federal, sem que caiba a eles ou à Contratante qualquer ônus perante a Contratada.

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 detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2. Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a Contratada solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela Contratante.

10.2.1. A Contratada utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela Contratante, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2.

10.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela 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 Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, 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 pela 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.

10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela 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.

10.4. A Contratada se obriga 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 pela Contratante, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7 deste contrato.

10.5. A Contratada se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, 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 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela Contratada 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, a Contratante poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da Contratada 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.

10.5.1. Se a Contratante pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

10.6. A Contratante poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Governo do Distrito Federal. Nesses casos, quando couber, a Contratada ficará responsável 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 despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela Contratante, a Contratada deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da Contratante, CNPJ/MF 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 de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação, que será emitido em nome da Contratante;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da 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 Contratada à Contratante, no seguinte endereço: _____.

11.1.2. A Comissão executora deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela Contratada todas as condições pactuadas.

11.1.3. As notas fiscais emitidas pela Contratada devem ter a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

“Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

11.2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da Contratada:

I - serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

II - 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 divulgação, 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. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a Contratada deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2. É da responsabilidade da Contratada observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à Contratante.

11.2.2.3. Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010.

11.3. O pagamento das despesas será feito de acordo com as Normas de Planejamento, Orçamento, Finanças, Patrimônio e Contabilidade do Distrito Federal, previstas no Decreto nº

32.598, de 15 de dezembro de 2010, em até 30 (trinta) dias corridos 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 e 9.2.1.1 deste contrato.

11.5. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso II do subitem 11.2, a Contratada fica obrigada a apresentar, sem ônus para a 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 deste contrato, perante a 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 deste contrato, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a Contratada deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (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;

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a Contratada poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' 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 na alínea 'a' deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a Contratada poderá 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 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;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar uma foto do: (1º dia do período; metade do período e do último dia 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;

b2) Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período

de veiculação, 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;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação 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;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 deste contrato.

11.5.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela Contratante, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.6. Antes da efetivação dos pagamentos deverá ser realizada a comprovação de regularidade das contratadas, mediante apresentação dos seguintes documentos:

11.6.1. Prova de regularidade com a Fazenda Federal por meio da Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais, inclusive contribuições previdenciárias, e a Dívida Ativa da União, expedida pelo Ministério da Fazenda/Secretaria da Receita Federal do Brasil (Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751/2014), com jurisdição sobre o local da sede da contratada;

11.6.2. Certificado de Regularidade do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, fornecido pela CEF - Caixa Econômica Federal, devidamente atualizado (Lei Federal n.º 8.036/90);;

11.6.3. Certidões Negativas de Débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da contratada;

11.6.4. Certidão Negativa de Débitos ou certidão positiva com efeito de negativa, emitida pela Secretaria de Estado de Economia do Distrito Federal-SEEC/DF, em plena validade, que poderá ser obtida através do endereço eletrônico: <https://ww1.receita.fazenda.df.gov.br/cidadao/certidoes/Certidao> (inteligência do art. 173, da Lei Orgânica do Distrito Federal).

11.6.5. Certidão de regularidade relativa a débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, em plena validade, que poderá ser obtida no site www.tst.jus.br/certidao.

11.7. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, as contratadas serão notificadas, por escrito, para que no prazo de 30 (trinta) dias regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa, sob pena de rescisão contratual

11.7.1. O prazo estipulado poderá ser prorrogado a juízo da Contratante.

11.7.2. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.7.3. Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas à Contratante, por meio de carta, ficando sob responsabilidade das contratadas os prejuízos decorrentes de pagamentos incorretos devido à falta de informação.

11.7.4. Os pagamentos efetuados pela Contratante não isentam a contratada de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

11.8. Passados 30 (trinta) dias sem o devido pagamento por parte da Administração, a parcela devida será atualizada monetariamente, desde o vencimento da obrigação até a data do efetivo pagamento de acordo com a variação "*pro rata tempore*" do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo-IPCA apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE, nos termos do art. 3º do Decreto Distrital n.º 37.121/2016.

11.8.1 A Contratante não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da Contratada, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.9. A Contratante não pagará nenhum compromisso, assumido pela Contratada, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.10. Cabe à Contratada efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 05 (cinco) dias após o recebimento da ordem bancária da Contratante, pela agência bancária pagadora.

11.10.1. A Contratada informará à Contratante os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela Contratante e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.10.1.1. Os dados e formato dos controles serão definidos pela Contratante, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da Contratante, data do pagamento da Contratada, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

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 Contratada, até que seja resolvida a pendência.

11.10.2.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da Contratante, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da Contratada.

11.10.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, a Contratante, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

11.10.2.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a Contratante poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela Contratada, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

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

11.11. A 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 DE EXECUÇÃO

12.1. A Contratada, no prazo de 20 (vinte) dias úteis, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 1,25% (um virgula vinte e cinco por cento) do valor total anual para a execução dos serviços, conforme valor total anual disposto no subitem 4.1 deste contrato.

12.1.1. Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da Contratante, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela Contratada.

12.1.2. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do inciso III do subitem 13.5.1 da Cláusula Décima Terceira.

12.1.3. O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 12.1 e 12.1.1, autoriza a Contratante a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem o art. 115, §6º da Lei Federal nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

12.2. Caberá à Contratada escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei Federal nº 14.133/2021:

12.2.1. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;

12.2.2. Seguro - garantia;

12.2.3. Fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil.

12.2.4. Título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

12.3. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito poderá ser feito na rede bancária, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei Federal 14.133/2021.

12.4. Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da Contratada – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;

b) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à Contratada.

12.5. Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;

b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da Contratada – ocorrido

durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes.

c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à Contratante, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

12.6. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, podendo o respectivo contratante recusar o título ofertado, caso verifique a ausência desses requisitos;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda

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

I) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

II) prejuízos causados à Contratante ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;

III) multas moratórias e punitivas aplicadas pela Contratante à Contratada; e

IV) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela Contratada.

12.7.1. A modalidade seguro garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 12.7.

12.8. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Contratante.

12.9. Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

12.10. 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 Contratada deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da Contratante.

12.11. Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a Contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da Contratante.

12.12. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a Contratante exigirá nova garantia, escolhida pela Contratada entre as modalidades previstas na Lei Federal nº 14.133/2021.

12.13. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à Contratante no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.14. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da Contratada, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, pela Comissão de Execução, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.14.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo-IPCA apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

12.15. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a Contratante, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2 deste contrato.

12.15.1. Aceita pela Contratante, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. Comete infração administrativa o nos termos da lei, o licitante/contratado que incorrer em quaisquer das infrações previstas no art. 155 da Lei Federal nº 14.133/2021, quais sejam:

13.1.1. Dar causa à inexecução parcial do contrato;

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

13.1.3. Dar causa à inexecução total do contrato;

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

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

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

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

13.1.8. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a dispensa eletrônica ou a execução do contrato;

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

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

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

13.1.12. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei Federal nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

13.2. Com fulcro na Lei Federal nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou contratados as seguintes sanções:

a) advertência;

b) multa;

c) impedimento de licitar e contratar e

d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

13.2.1. Na aplicação das sanções serão considerados:

13.2.1.1. a natureza e a gravidade da infração cometida.

13.2.1.2. as peculiaridades do caso concreto.

13.2.1.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes.

13.2.1.4. os danos que dela provierem para o contratante.

13.3. O licitante/contratado que cometer qualquer das infrações discriminadas no subitem 13.1 ficará sujeito, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às seguintes sanções:

a) Advertência pela falta do subitem 13.1.1 desta Concorrência, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

b) Multa de 0,5% a 30% sobre o valor do contrato licitado ou celebrado e será aplicada ao responsável por qualquer das infrações administrativas previstas nos subitens 13.1.1 a 13.1.12;

b.1. A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado na execução do objeto ou de prazos estipulados.

b.1.1. O atraso sujeitará a Contratada à multa de:

I - 0,5% (cinco centésimos por cento) por dia de atraso na entrega de produto 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;

II - 1,0% (um por cento) por dia de atraso, na entrega de produto ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da Contratante, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.

b.1.2. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de produto ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da Contratante.

b.1.3. A aplicação de multa de mora não impedirá que a Administração a converta em compensatória e promova a extinção unilateral deste contrato com a aplicação cumulada de outras sanções previstas neste contrato (§ único, art. 162) .

b.2. A Contratada estará sujeita à multa compensatória de:

I - 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao produto ou serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II - 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:

a) inexecução total deste contrato;

b) interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da Contratante.

III - 1% (um por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no subitem 12.1 deste contrato;

IV - até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

c) Impedimento de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo que tiver aplicado a sanção, pelo prazo máximo de 3 (três) anos, nos casos dos subitens 13.1.2 a 13.1.7, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

d) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, que impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos, nos casos dos subitens 13.1.8 a 13.1.12, bem como nos demais casos que justifiquem a imposição da penalidade mais grave.

13.3.1. A sanção estabelecida na letra "d" do item 13.3 deste artigo será precedida de análise jurídica e observará a seguinte regra:

13.3.1.1. quando aplicada por órgão do Poder Executivo, será de competência exclusiva de secretário estadual e, quando aplicada por Autarquia ou Fundação, será de competência exclusiva da autoridade máxima da entidade.

13.4. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à Contratante (art. 156, §9º).

13.5. Todas as sanções previstas neste edital poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º).

13.6. Antes da aplicação da multa, será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157).

13.7. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º).

13.8. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

13.9. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei Federal nº 14.133/2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

13.10. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei Federal nº 14.133/2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei Federal nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

13.11. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art.160).

13.12. O Contratante deverá, no prazo máximo 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ele aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas

(Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161).

13.13. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133, de 2021.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1. Constituem motivos para extinção deste contrato, devidamente motivado nos autos do processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa, com base nos motivos previstos no art. 137 da Lei Federal nº 14.133/2021:

I - não cumprimento ou cumprimento irregular de normas editalícias ou de cláusulas contratuais, de especificações, de projetos ou de prazos;

II - desatendimento das determinações regulares emitidas pela autoridade designada para acompanhar e fiscalizar sua execução ou por autoridade superior;

III - alteração social ou modificação da finalidade ou da estrutura da empresa que restrinja sua capacidade de concluir este contrato;

IV - decretação de falência ou de insolvência civil, dissolução da sociedade ou falecimento do contratado;

V - caso fortuito ou força maior, regularmente comprovados, impeditivos da execução deste contrato;

VI - atraso na obtenção da licença ambiental, ou impossibilidade de obtê-la, ou alteração substancial do anteprojeto que dela resultar, ainda que obtida no prazo previsto;

VII - atraso na liberação das áreas sujeitas a desapropriação, a desocupação ou a servidão administrativa, ou impossibilidade de liberação dessas áreas;

VIII - razões de interesse público, justificadas pela autoridade máxima do órgão ou da entidade contratante;

IX - não cumprimento das obrigações relativas à reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz.

14.1.2. O contratado terá direito à extinção do contrato nas seguintes hipóteses:

I - supressão, por parte da Administração, de obras, serviços ou compras que acarrete modificação do valor inicial do contrato além do limite permitido no art. 125 da Lei Federal n.º 14.133/2021;

II - suspensão de execução do contrato, por ordem escrita da Administração, por prazo superior a 3 (três) meses;

III - repetidas suspensões que totalizem 90 (noventa) dias úteis, independentemente do pagamento obrigatório de indenização pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações e mobilizações e outras previstas;

IV - atraso superior a 2 (dois) meses, contado da emissão da nota fiscal, dos pagamentos ou de parcelas de pagamentos devidos pela Administração por despesas de obras, serviços ou fornecimentos;

V - não liberação pela Administração, nos prazos contratuais, de área, local ou objeto, para execução de obra, serviço ou fornecimento, e de fontes de materiais naturais especificadas no projeto, inclusive devido a atraso ou descumprimento das obrigações atribuídas pelo

contrato à Administração relacionadas a desapropriação, a desocupação de áreas públicas ou a licenciamento ambiental.

14.1.2.1. As hipóteses de extinção a que se referem os incisos II, III e IV do subitem 14.1.2 observarão as seguintes disposições:

I - não serão admitidas em caso de calamidade pública, de grave perturbação da ordem interna ou de guerra, bem como quando decorrerem de ato ou fato que o contratado tenha praticado, do qual tenha participado ou para o qual tenha contribuído;

II - assegurarão ao contratado o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até a normalização da situação, admitido o restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro do contrato, na forma da alínea "d" do inciso II do caput do art. 124 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

14.1.2.2. Os emitentes das garantias previstas no art. 96 da Lei Federal n.º 14.133/2021 deverão ser notificados pelo contratante quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais.

14.2. A extinção deste contrato poderá ser:

I - determinada por ato unilateral e escrito da Administração, exceto no caso de descumprimento decorrente de sua própria conduta;

II - consensual, por acordo entre as partes, por conciliação, por mediação ou por comitê de resolução de disputas, desde que haja interesse da Administração;

III - determinada por decisão arbitral, em decorrência de cláusula compromissória ou compromisso arbitral, ou por decisão judicial.

14.2.1. A extinção determinada por ato unilateral da Administração e a extinção consensual deverão ser precedidas de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente e reduzidas a termo no respectivo processo.

14.2.2. Quando a extinção decorrer de culpa exclusiva da Administração, o contratado será ressarcido pelos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido e terá direito a:

I - devolução da garantia;

II - pagamentos devidos pela execução do contrato até a data de extinção;

III - pagamento do custo da desmobilização.

14.3. A extinção determinada por ato unilateral da Administração poderá acarretar, sem prejuízo das sanções previstas na Lei Federal n.º 14.133/2021, as seguintes consequências:

I - assunção imediata do objeto do contrato, no estado e local em que se encontrar, por ato próprio da Administração;

II - ocupação e utilização do local, das instalações, dos equipamentos, do material e do pessoal empregados na execução do contrato e necessários à sua continuidade;

III - execução da garantia contratual para:

a) ressarcimento da Administração Pública por prejuízos decorrentes da não execução;

b) pagamento de verbas trabalhistas, fundiárias e previdenciárias, quando cabível;

c) pagamento das multas devidas à Administração Pública;

d) exigência da assunção da execução e da conclusão do objeto do contrato pela seguradora, quando cabível;

IV - retenção dos créditos decorrentes do contrato até o limite dos prejuízos causados à Administração Pública e das multas aplicadas.

14.3.1. A aplicação das medidas previstas nos incisos I e II do subitem 14.3 ficará a critério da Administração, que poderá dar continuidade à obra ou ao serviço por execução direta ou indireta.

14.3.2. Na hipótese do inciso II do subitem 14.3 o ato deverá ser precedido de autorização expressa do ministro de Estado, do secretário estadual ou do secretário municipal competente, conforme o caso.

14.4. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, caput, da Lei Federal n.º 14.133, de 2021).

14.5. Fica expressamente acordado que, em caso de extinção, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela Contratante e comprovadamente executadas pela Contratada, previstas no presente contrato.

14.6. Se as obrigações não forem cumpridas no prazo estipulado, a vigência ficará prorrogada até a conclusão do objeto, caso em que deverá a Administração providenciar a readequação do cronograma fixado para o contrato.

14.7. Quando a não conclusão do contrato referida no item anterior decorrer de culpa do contratado:

- a) ficará ele constituído em mora, sendo-lhe aplicáveis as respectivas sanções administrativas; e
- b) poderá a Administração optar pela extinção do contrato e, nesse caso, adotar as medidas admitidas em lei para a continuidade da execução contratual.

14.8. O contrato poderá ser extinto caso se constate que o contratado mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau (art.14, inciso IV, da Lei Federal n.º 14.133, de 2021).

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1. A Contratada guiar-se-á 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 e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2. Para a execução, a Contratada deve obrigatoriamente possuir, além de estrutura administrativa habilitada, quantitativo suficiente de profissionais que deverão estar disponíveis para a execução dos produtos e serviços, objeto deste contrato, e que, excepcionalmente, poderão ser alocados nas dependências da Contratante, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos, na prestação dos serviços deste contrato.

15.2.1. A execução pela Contratada de serviços nas dependências da Contratante, caso seja necessário, resulta da necessidade de maior proximidade entre as equipes e de um atendimento contínuo não passível de ser prestado à distância pela Contratada.

15.3. A Contratante providenciará a disponibilização do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos que serão divulgados e mantidos à disposição do público em sítio

eletrônico oficial, conforme art. 91, da Lei Federal n.º 14.133/2021.

15.4. Constituem direitos e prerrogativas da Contratante, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a Contratada aceita e a eles se submete.

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 bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da Contratante na internet.

15.6.1. As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

15.7. Fica proibido o uso de mão de obra infantil, sob pena de rescisão do contrato e a aplicação de multa, sem prejuízo das sanções legais cabíveis, conforme disposto na Lei Distrital nº 5.061/2013.

15.8. Nos termos da Lei Distrital n.º 5.087/2013 a(s) licitante(s) vencedora(s) fica(m) obrigada(s) a comprovar mensalmente, junto ao gestor responsável pelo repasse de recurso público, a regularidade no atendimento às suas obrigações de natureza fiscal, trabalhista e previdenciária relativas aos seus empregados.

15.8.1. o não atendimento das determinações constantes no item 15.8 implica a abertura de processo administrativo para rescisão unilateral do contrato por parte da Administração Pública.

15.9. Nos termos da Lei Distrital nº 5.448/2015, fica proibido o uso ou emprego de conteúdo discriminatório, podendo sua utilização ensejar a rescisão do Contrato e aplicação de multa, sem prejuízo de outras sanções cabíveis, que:

15.9.1. Incentive a violência;

15.9.2. Seja discriminatório contra a mulher, assim entendidos quaisquer conteúdos que diminuam, mesmo que de forma indireta, metafórica ou por analogias, a capacidade laborativa, intelectual ou qualquer outra esfera de vida da mulher;

15.9.3. Incentive a violência contra a mulher, seja por apologia a quaisquer tipos de violência doméstica tipificadas pela Lei Maria da Penha, ou ainda violência sexuais, institucionais, ou qualquer violência fundada na condição de mulher;

15.9.4. Exponha a mulher a constrangimento ou incentive ou explore o corpo da mulher de forma objetificada;

15.9.5. Seja homofóbico, racista e sexista;

15.9.6. Incentive a violência contra as mulheres de povos e comunidades tradicionais, negras, indígenas, ciganas, quilombos, transexuais, travestis e transgênero; por orientação sexual e de gênero e por crença;

15.9.7. Represente qualquer tipo de discriminação, especialmente voltados contra minorias em condições de vulnerabilidade.

15.10. Na execução dos serviços, a contratada deverá utilizar as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei Federal n.º 14.133/2021 e na Lei Distrital n.º 4.770/2012.

15.11. As empresas vencedoras de processos licitatórios, como condição para assinatura de contrato, deverão comprovar ou assumir o compromisso de adotar mecanismos para garantir a equidade salarial entre homens e mulheres com o mesmo cargo, atribuições e tempo de serviço, e com grau de instrução igual ou equivalente, de acordo com a Lei Distrital nº 6.679, de 24 de setembro de 2020.

15.12. Nos termos da Lei Distrital nº 6.128/2018, no que couber, fica reservado o percentual de 2% das vagas de trabalho contidas no Termo de Referência, Anexo I deste Edital, para pessoas em situação de rua.

15.12.1. A licitante vencedora deverá informar que responde pela pauta da assistência social a oferta de vagas previstas.

15.12.2. Ficam excetuadas as empresas que exploram serviços de vigilância e de transporte de valores.

15.13. A(s) empresa(s) contratada(s) deverá(ão) observar as diretrizes referentes às medidas de prevenção e apuração de denúncias de assédio moral ou sexual, conforme estabelecido no Decreto Distrital nº 46.174, de 22 de agosto de 2024;

15.14. É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela Contratada, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na Contratante, nos termos do Decreto Distrital nº 32.751/2011, alterado pelo Decreto Distrital nº 39.873/2019.

15.15. Por força do disposto no art. 6º, do Decreto Distrital nº 32.767/2011, os pagamentos de valores iguais ou superiores a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) serão feitos, exclusivamente, mediante crédito em conta corrente, em nome do beneficiário, junto ao Banco de Brasília S/A – BRB, respeitadas as exceções estabelecidas no mesmo dispositivo legal.

15.16. Por força do disposto no art. 1º, da Lei Distrital n.º 5.575, de 18 de dezembro de 2015 e do que dispõe o art. 33 do Decreto Distrital n.º 32.598, de 15 de dezembro de 2010, as súmulas (extratos) dos contratos e dos aditivos pertinentes a esta licitação serão publicados no Portal da Transparência do Distrito Federal e no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF.

15.17. Fica vedada a destinação de recursos para atender despesas com pagamento, a qualquer título, a empresas privadas que tenham em seu quadro diretivo servidor público da ativa, empregado de empresa pública ou de sociedade de economia mista, conforme estabelecido na LDO-2025 (letra "g" do inciso I do art. 23 da Lei Distrital n.º 7.549, de 30 de julho de 2024).

15.18. É obrigatório o cadastramento dos contratos administrativos, bem como os respectivos termos aditivos, apostilamentos e termos de rescisão no Sistema de Gestão de Contratos - e-ContratosDF, nos termos art. 5º do Decreto Distrital nº 44.162, de 25 de janeiro de 2023.

15.18.1. Fica vedada a execução da despesa que não obedecer ao disposto no subitem 15.18.

15.19. É vedado ao Contratado contratar cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente do órgão ou entidade contratante ou de agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato (§ único do art. 48 da Lei Federal n.º 14.133/2021).

15.20. Fica vedada a subcontratação de pessoa física ou jurídica, se aquela ou os dirigentes desta mantiverem vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou se deles forem cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral, ou por afinidade, até o terceiro grau (§ 3º do art. 48 da Lei Federal n.º 14.133/2021).

15.21. Correrão por conta do Contratante as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF, na forma prevista art. 89 da Lei Federal nº 14.133/2021.

15.22 A Contratada deverá observar a disposição da Lei Geral de Proteção de Dados-LGPD, comprometendo-se a manter sigilo e confidencialidade de todas as informações em especial os dados pessoais e os dados pessoais sensíveis repassados em decorrência da execução do contrato.

15.22.1. A contratada deverá ter ciência da existência da Lei Geral de Proteção de Dados-LGPD) e, se compromete a adequar todos os procedimentos internos ao disposto na legislação, com intuito de proteção dos dados pessoais repassados.

15.23. Incumbirá ao Contratante divulgar o contrato administrativo e seus aditamentos no Portal Nacional de Contratações Públicas-PNCP, na forma prevista no art. 94 da Lei Federal 14.133/2021, bem como no sítio oficial da Contratante, em atenção ao caput, art. 91 da Lei Federal nº 14.133/2021 e ao §2º, do art. 8º, da Lei Federal nº 12.527/2011 e os extratos respectivos no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF.

15.24. As Contratadas, a partir da celebração do contrato, deverá(ão) comprovar que têm implantado o Programa de Integridade no âmbito de sua(s) pessoa(s) jurídica(s), conforme disposto na Lei Distrital nº 6.112/2018, com a redação alterada pela Lei Distrital nº 6.308/2019.

15.24.1. Os custos e despesas com a implantação e manutenção do Programa de Integridade ficam a cargo da(s) pessoa(s) jurídica(s) contratada(s), não cabendo ao órgão ou entidade contratante o seu ressarcimento.

15.25. Havendo irregularidades neste instrumento, entre em contato com a Ouvidoria de Combate a Corrupção coordenada pela Controladoria Geral do Distrito Federal, por meio do Telefone: 0800-6449060. (Decreto Distrital nº 34.031/2012).

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DOS DÉBITOS PARA COM A FAZENDA PÚBLICA

16.1. Os débitos da Contratada para com o Distrito Federal, decorrentes ou não do ajuste, serão inscritos em Dívida Ativa e cobrados mediante execução na forma da legislação pertinente, podendo, quando for o caso, ensejar a rescisão unilateral do Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - CASOS OMISSOS

17.1. Os casos omissos serão decididos pelo contratante, segundo as disposições contidas na Lei Federal nº 14.133/2021, e demais normas aplicáveis e demais normas federais aplicáveis e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei Federal nº 8.078/1990 – Código de Defesa do Consumidor - e normas e princípios gerais dos contratos.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - FORO

18.1. O foro para dirimir questões relativas ao presente Edital, será o da circunscrição judiciária especial de Brasília - DF, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 2 (duas) vias.

Brasília-DF, __ de _____ de 202__.

Pelo Distrito Federal: _____

Secretário de Comunicação do Distrito Federal

Pela Contratada: _____

Representante legal da Contratada

Testemunhas:

_____ Matrícula _____.

_____ Matrícula _____.

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º: 90003/2025-SECOM/DF

PROCESSO SEI N.º: 04000-00001881/2025-21

ANEXO V DO EDITAL - ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR-ETP

Estudo Técnico Preliminar - ETP - SECOM/GAB/SUAG/COORDAD

Estudo Técnico Preliminar

1. INFORMAÇÕES BÁSICAS:

1.1. Número do processo SEI: 04000-00001881/2025-21.

2. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE:

2.1. O Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal (SECOM/DF), no exercício de suas competências atribuídas pela Decreto Distrital nº 39.610, de 1º de janeiro de 2019, que dispõe sobre a organização da estrutura da Administração Pública do Distrito Federal, tem entre suas atribuições coordenar, executar a política de comunicação de publicidade governamental e campanhas educativas e de interesse público do Governo.

2.2. No âmbito de sua estrutura regimental, estabelecida pelo Decreto Distrital nº 41.285, de 30 de setembro de 2020, à Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal - SECOM/DF, órgão da Administração Direta do Governo do Distrito Federal, nos termos do Decreto nº 39.610, de 1º de janeiro de 2019, e órgão central do Sistema de Comunicação Social do Governo do Distrito Federal, compete:

I - planejar, coordenar e executar a política de comunicação do Governo;

II - executar a publicidade governamental e campanhas educativas e de interesse público, bem como a comunicação corporativa da Administração Direta do Governo;

III - subsidiar à elaboração de minutas de editais e seus anexos para a contratação de prestadores de serviços de publicidade governamental e comunicação corporativa encaminhados pelas unidades administrativas dos órgãos e entidades integrantes da Administração Direta e Indireta do Governo do Distrito Federal;

IV - proceder ao relacionamento do Governo com os órgãos de comunicação;

V - realizar atividades de relações públicas do Governo.

§1º Todos os órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Governo do Distrito Federal ficam obrigados, sob pena de responsabilidade, a facilitar a execução das atividades da Secretaria de Comunicação e a fornecer os elementos necessários ao exercício de suas competências.

§2º Integram o Sistema de Comunicação Social do Governo do Distrito Federal todas as assessorias de comunicação, ou unidades similares, dos órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Distrito Federal.

2.3. Pelo exposto, fica evidente o desafio do Secretaria de Estado de Comunicação do DF em promover a divulgação das ações do Governo do Distrito Federal. Todavia, a SECOM/DF não possui profissionais da área de publicidade com a expertise necessária para realizar as atribuições publicidade e propaganda.

2.4. Nesse sentido, visando auxiliar no desempenho de sua missão institucional, a SECOM/DF precisa contratar empresas prestadoras de serviços de publicidade por intermédio de agências de propaganda.

2.5. Para desempenhar esse papel de forma adequada e eficaz, respeitando a legislação em vigor, especialmente a Lei Federal nº 12.232/2010, a SECOM/DF necessita aliar as competências de suas equipes internas à expertise de agências de propaganda contratadas por meio de processo licitatório, as quais dispõem de conhecimentos técnicos, profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias às necessidades de comunicação apresentadas, contribuindo para o alcance dos objetivos do governo e para a rentabilização dos investimentos e recursos públicos envolvidos no desenvolvimento das ações publicitárias.

2.6. A contratação visa promover maior adequação e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com dispositivos legais e normativos relacionados à matéria.

2.7. O presente Estudo Técnico Preliminar destina-se a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 04 (quatro) agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade 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 e, quando couber, de promover a venda de bens ou serviços.

2.7.1. Também integram o objeto deste Estudo Técnico Preliminar, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução dos contratos;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c) à produção de conteúdo, à concepção e à execução técnica de ações e peças de comunicação destinadas a múltiplos suportes de veiculação; e
- d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.

2.7.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.7.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da SECOM/DF, 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.

2.7.2. Os serviços previstos no subitem 2.7.1 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, devem vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social, não podendo constar nomes, símbolos, imagens ou expressões que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

a) 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 entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

2.8. Para a prestação dos serviços serão contratadas 04 (quatro) agências de propaganda, doravante denominadas agência, licitante ou contratada.

2.8.1. Serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

a) As agências atuarão por ordem e conta da SECOM/DF, em conformidade com o artigo 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.7.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

b) As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução total ou parcial de serviços previstos no item 2.7 deste Estudo Técnico.

2.8.2. Vale ressaltar que para a execução do objeto foram definidas a contratação de 4 (quatro) agências para a prestação dos serviços de publicidade, tendo em vista o que dispõe o § 3º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

Lei Federal nº 12.232/2010:

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

(...)

§ 3º Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação

2.8.3. Além da definição acima, no caso concreto, utilizamos como parâmetro a definição pela contratação de mais de uma agência considerando o que disciplina o inciso II do § 1º do art. 5º da Instrução Normativa SECOM/PR n.º 01/2023, que assim definiu:

Art. 5º A Equipe de Planejamento da Contratação de serviços de comunicação, quando da elaboração dos Estudos Técnicos Preliminares - ETP, deverá ater-se ao objeto, conforme disposto no art.14.

§ 1º Para fins de definição do quantitativo de agências de propaganda a contratar para a prestação de serviços de publicidade, deverá ser adotado os seguintes parâmetros, tendo como referência ao valor de grande vulto estabelecido pela Lei nº 14.133, de 2021:

(...)

IV - acima de 80% do valor de grande vulto: 4 (quatro) agências de propaganda;

2.8.3.1. Levando em consideração que o valor atualmente utilizado como valor de grande vulto definido no inciso XXII do art. 6º da Lei Federal n.º 14.133/2021 está orçado por força do Decreto Federal n.º 12.343/2024 em R\$ 250.902.323,87, entendemos que a presente contratação estimada em R\$ 200.000.000,00 enquadra-se na faculdade da escolha de 4 (quatro) agências sugeridas no inciso IV do § 1º do art. 5º da Instrução Normativa acima referenciada. Nesse sentido, a subdivisão da execução do objeto em quatro contratos fica aqui justificada.

2.9. As contratadas devem obrigatoriamente possuir, além de estruturas administrativas habilitadas, quantitativos suficientes de profissionais que deverão estar disponíveis para a execução dos serviços, objeto da contratação, e que, excepcionalmente, poderão ser alocados nas dependências do Contratante, por tempo determinado, no seguinte endereço: Sede da SECOM/DF, situada no Palácio do Buriti e no 14º andar de seu Anexo, no Centro Cívico Administrativo - Praça do Buriti - Brasília/DF, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos e horários exigidos, na prestação dos serviços objeto desta contratação.

2.10. Para a execução dos serviços de publicidade, será observada a Portaria nº 9, de 1º de abril de 2019, da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal (SECOM-DF), conforme estabelece o art. 2º, § 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010. Essa normativa fornece diretrizes específicas para a contratação e execução de serviços de publicidade pela Administração Pública do Distrito Federal, garantindo a transparência, eficiência e eficácia na aplicação dos recursos públicos destinados à comunicação.

3. **ÁREA REQUISITANTE:**

3.1. Subsecretaria de Publicidade e Propaganda-SUBPUB/GAB/SECOM/DF.

3.1.1. Responsável : Núbia Santos da Conceição. Matrícula: 1.689.130-9. Cargo: Subsecretária de Publicidade e Propaganda.

4. **DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO:**

4.1. A prestação de serviços para atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação deve estar em consonância com os objetivos, Programas e Ações da Secretaria de Estado de Comunicação do DF que necessitam ser divulgados, esclarecidos e informados.

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

5. **DA NATUREZA CONTINUADA DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE A SEREM CONTRATADOS:**

5.1. De acordo com o art. 15 da Instrução Normativa SEGES/MPOG nº 5, de 26 de maio de 2017, recepcionada no âmbito da Administração Pública Direta e Indireta do Distrito Federal pelo Decreto Distrital nº 38.934, de 15 de março de 2018, os serviços prestados de forma

continuada são: *aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade pública de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão ou entidade, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional.*

5.2. Considerando o histórico das necessidades de comunicação publicitária do Governo do Distrito Federal, a interrupção dos serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, pode comprometer a execução de ações programadas e campanhas que visam informar a população.

5.3. É por meio das agências de propaganda contratadas que a SECOM/DF obtém os serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão das agências, bem como realiza a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Lei Federal nº 4.680/1965 e da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.4. Assim, a interrupção dos serviços de publicidade prestados por intermédio das agências de propaganda deixaria a Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal temporariamente impedida de exercer sua missão.

5.5. De acordo com o art. 6º, inciso XII, da Lei Federal n.º 14.133/2021, consideram-se serviços contínuos aqueles cuja interrupção possa comprometer a continuidade das atividades da Administração e que, por sua própria natureza, demandam execução ininterrupta.

5.6. No âmbito da publicidade institucional e de utilidade pública, os serviços prestados pelas agências de publicidade não se esgotam em uma entrega pontual, mas sim em um fluxo permanente de ações estratégicas de comunicação, necessárias para manter o diálogo do Poder Público com a sociedade.

5.7. A execução contratual de publicidade envolve:

- Planejamento e concepção estratégica de campanhas;
- Execução criativa e produção de peças publicitárias (em diferentes mídias e formatos);
- Gestão e veiculação das campanhas nos meios adequados;
- Monitoramento, mensuração de resultados e ajustes permanentes.

5.7.1. Essas etapas se renovam de forma cíclica e interdependente, exigindo atuação constante da agência junto ao órgão público. Trata-se de um processo que não pode sofrer descontinuidade, sob pena de comprometer a efetividade da comunicação governamental.

5.8. Risco da descontinuidade

5.8.1. A interrupção abrupta dos serviços de publicidade pode gerar:

- Desinformação da sociedade sobre políticas, programas e serviços públicos;
- Risco à imagem institucional do órgão público, com perda de credibilidade;
- Prejuízos financeiros, em razão de campanhas já planejadas e não executadas ou da necessidade de contratação emergencial;
- Descumprimento de obrigações legais, como a prestação de informações obrigatórias ao cidadão (ex.: campanhas de saúde, segurança, defesa civil).

5.9. Amparo legal e jurisprudencial

- Lei nº 14.133/2021, art. 106, §1º: prevê a possibilidade de prorrogação de contratos de serviços continuados, quando for comprovada a vantagem para a Administração.
- Lei nº 4.680/1965 e Decreto nº 57.690/1966: reconhecem a atividade publicitária como serviço técnico e especializado, que demanda acompanhamento permanente.
- Decisão do TCU (Acórdão nº 1.214/2013 – Plenário): reforça que a publicidade governamental deve observar o interesse público e a continuidade das ações, especialmente para assegurar informação adequada ao cidadão.

5.10. Os serviços de publicidade possuem natureza continuada, pois:

5.10.1. Demandam execução permanente e ininterrupta;

5.10.2. Estão diretamente relacionados ao cumprimento das funções constitucionais da Administração Pública (princípios da publicidade, transparência e eficiência – art. 37, caput, CF/88);

5.10.3. Sua interrupção gera riscos institucionais, financeiros e sociais;

5.10.4. São respaldados pela legislação vigente e pela jurisprudência dos órgãos de controle;

5.11. Assim, a contratação e manutenção de serviços de publicidade, na forma de serviços continuados, é medida necessária, legítima e vantajosa para a Administração Pública.

5.12. Considerando ainda a relevância das ações de publicidade da SECOM/DF junto à sociedade, frente aos desafios e problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente manter a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos por iguais e sucessivos períodos, limitada a 10 anos, nos termos do artigo 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

6. **MODALIDADE E TIPO DE LICITAÇÃO (CRITÉRIO DE JULGAMENTO):**

6.1. Com base no inciso XXXVIII do art. 6º da Lei Federal nº 14.133/2021, será adotada na presente contratação a modalidade concorrência em sua forma presencial, tendo em vista tratar-se de serviços especiais de natureza predominantemente intelectual.

6.1.1. A escolha pela realização do futuro certame de forma presencial, em vez de eletrônica, para a contratação de serviços de publicidade, justifica-se pelas particularidades do objeto a ser licitado, a natureza do serviço e a necessidade de uma análise mais detalhada e precisa das propostas técnicas. Desse modo, esclarecemos que a apresentação das propostas técnicas referente ao Plano de Comunicação Publicitária, será entregue em duas vias, sendo uma delas de forma apócrifa, para ser avaliada e julgada por Subcomissão Técnica especialmente composta para este ato. Devemos lembrar que a Comissão Especial de Contratação e a Subcomissão deverão adotar todos os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do referido Plano até o julgamento final das propostas técnicas pela Subcomissão Técnica. Assim, com fulcro no § 2º do art. 17, da lei Federal n.º 14.133/2021, a licitação deverá ser realizada de forma presencial, de acordo com o permissivo do artigo ora citado, uma vez que, atualmente tanto o Governo Federal quanto o Governo do Distrito Federal não possuem sistema eletrônico que assegure em sua plenitude o sigilo das propostas mencionadas acima conforme é exigido no art. 12 da Lei Federal n.º 12.232/2010:

*Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a **garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea a do inciso VII do § 4 do art. 11 desta Lei, implicará a***

anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade. **(grifo nosso)**

6.1.2. As sessões públicas realizadas no âmbito da futura Concorrência Presencial serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo e as gravações serão juntadas aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento, conforme prevê o § 2º do art. 17 da Lei Federal nº 14.133/2021.

6.2. Quanto ao tipo de licitação, o art. 5º da Lei Federal nº 12.232/2010 estabelece que as licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, adotando-se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

6.3. Além disso, o § 2º do art. 37 da Lei Federal nº 14.133/2021 determina que os critérios “melhor técnica” ou “técnica e preço” são utilizados exclusivamente para serviços de natureza predominantemente intelectual, como é o presente caso, ao tempo em que o art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que disciplina as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, estabelece como obrigatória a adoção dos tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

6.4. Dentre as opções previstas em lei, entende-se pertinente adotar a “melhor técnica”, considerando que esta corresponde aos anseios da SECOM/DF, ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação técnica entre as licitantes concorrentes.

6.5. Analisando-se os critérios para adoção de “técnica e preço”, acima descritos, percebe-se o não enquadramento desta técnica, na medida em que o valor contratual estimado envolvido não configura elemento limitador da abrangência da atuação publicitária.

6.6. Adicionalmente, dadas as características da atuação publicitária da SECOM/DF, a execução contratual não seria adequada por meio de agências de propaganda com nível básico de qualificação, por não terem condições técnicas de atenderem de forma satisfatória às demandas de comunicação e aos anseios da Administração, o que caracterizaria o uso inadequado de investimentos públicos.

6.7. Assim, a presente contratação apresenta enquadramento com os critérios para adoção da “melhor técnica”, na medida em que está vinculada a uma atuação publicitária abrangente, dados os tipos de ações a serem desenvolvidas pela SECOM/DF (de mídia e não mídia), os diversos meios de comunicação a serem utilizados (digital e *out of home*), os públicos-alvo a serem atingidos (sociedade em geral), o perfil geográfico das ações a serem desenvolvidas (no DF e, eventualmente, nas diversas regiões do País e internacional), bem como a sazonalidade permanente de ações de publicidade vinculadas ao Governo do Distrito Federal.

6.8. Além disso, com base nas características descritas, o nível de qualificação técnica das agências de propaganda a serem contratadas configura um requisito essencial para obtenção da adequada execução contratual, bem como para o atingimentos dos objetivos de comunicação do Governo do Distrito Federal e rentabilização dos investimentos públicos.

7. DAS EMPRESAS A SEREM CONTRATADAS:

7.1. Nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei Federal nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser *prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento* e, de acordo com o §1º do art. 4º, o certificado de qualificação técnica de funcionamento poderá *ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade*

equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

7.2. A presente contratação também observará as determinações e os ritos dispostos na Lei Federal nº 12.232/2010 para a contratação de mais de uma agência de propaganda, observando-se a permissão do §3º do artigo 2º, que autoriza a adjudicação do objeto do contrato a mais de uma concorrente, sem a segregação de itens ou de contas publicitárias.

7.3. A definição pela contratação de mais de uma agência de propaganda leva em consideração o volume e a diversidade de ações publicitárias a serem demandadas às contratadas pela SECOM/DF, com os recursos destinados para esse fim.

7.4. Da habilitação das licitantes:

7.4.1. Para participarem na licitação, a exemplo das contratações anteriores, as agências de propaganda deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria.

8. **DA ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS A SEREM PRESTADOS:**

8.1. A presente contratação não envolve a especificação prévia dos produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, considerando que, de acordo com o art. 6º da Lei Federal nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar as exigências da Lei Geral de Licitações, que no presente caso, recai sobre o art. 25 da Lei Federal nº 14.133/2021 não sendo exigido o termo de referência, com todas as suas partes, desenhos, especificações e outros complementos, conforme disposto no artigo citado acima.

8.2. Assim, em substituição ao termo de referência com as especificações técnicas dos produtos e serviços que serão executados, o edital de licitação para contratação de serviços de publicidade deverá disponibilizar um *briefing* para subsidiar o desenvolvimento da proposta técnica pelas licitantes, conforme disposto no inciso II do art. 6º da Lei Federal nº 12.232/2010, e, conseqüentemente, possibilitar a avaliação da capacidade técnica das licitantes.

8.3. Outra mudança está relacionada ao termo de referência. A Lei Federal nº 12.232, de 20 de abril de 2010, introduziu um procedimento específico para a contratação de serviços de publicidade, conferindo às agências de propaganda prerrogativas essenciais para o desenvolvimento exclusivo desses serviços. Um dos aspectos fundamentais trazidos por essa legislação é a valorização do critério técnico no julgamento do certame.

8.4. Dentre as particularidades, destaca-se a dispensa de alguns procedimentos obrigatórios comuns em outras contratações, conforme disposto no art. 6º da referida lei. No entanto, a elaboração do termo de referência e/ou executivo como elementos cruciais no processo licitatório.

8.5. O Tribunal de Contas da União (TCU) ressalta a importância desses documentos, conforme expresso no Acórdão nº 2.062/2006 - Plenário. Contudo, a falta de clareza na legislação e deficiências na fase preliminar das contratações de serviços de publicidade têm sido identificadas em auditorias, exigindo ajustes nos normativos para garantir a continuidade e eficácia desses serviços.

8.6. A Lei Federal nº 8.666/1993, anterior à Lei Federal nº 12.232/2010, estabeleceu conceitos aplicáveis às licitações públicas, inclusive na fase inicial do certame, conhecida como fase de planejamento da contratação. Esses conceitos foram posteriormente consolidados na nova Lei de Licitações e Contratos, Lei Federal nº 14.133/2021.

8.7. O termo de referência, definido no art. 6º, inciso XXIII, da Lei Federal nº 14.133/2021, é crucial na fase preliminar. Ele consiste no documento necessário para a contratação de bens e serviços. Esses elementos incluem o desenvolvimento da solução escolhida, soluções técnicas globais e localizadas, identificação dos tipos de serviços, informações para o estudo de métodos construtivos, subsídios para o plano de licitação e uma pesquisa do valor da contratação.

9. DA PROPOSTA TÉCNICA:

9.1. No âmbito de uma licitação do tipo "melhor técnica", como é o caso da presente contratação de serviços de publicidade, as propostas técnicas a serem apresentadas pelas licitantes constituem o elemento primordial do procedimento de seleção, uma vez que é por meio delas que as agências de propaganda comprovarão sua qualificação e expertise para atender às necessidades de comunicação da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal.

9.2. Dessa forma, a Proposta Técnica contempla uma série de quesitos e subquesitos a serem julgados, os quais, juntos, possibilitam a avaliação da capacidade técnica das licitantes saber:

Quesito	Subquesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	PONTUAÇÃO QUESITO
Quesito 1 Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico (1)	5	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Contratante e do contexto de sua atuação	1,25
			b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;	1,25
			c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo Contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	1,25
			d) das necessidades de comunicação do Contratante para solucionar esse desafio.	1,25
	Estratégia de Comunicação Publicitária (2)	20	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;	2,5
			b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	2,5
			c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do Contratante com seus públicos;	2,5

		d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	2,5	
		e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,5	
		f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.	2,5	
		g) coerência entre as ações propostas e a verba disponível	2,5	
		h) elaboração do conceito e definição da estratégia em respeito ao caráter institucional da comunicação pretendida.	2,5	
	Ideia Criativa (3)	20	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;	2,5
			b) a pertinência da solução criativa com a natureza do Contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,5
			c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;	2,5
			d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	2,5
			e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	2,5
			f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	2,5
			g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	2,5
			h) qualidade artística e técnica das apresentações	2,5
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (4)	10	a) capacidade de sustentação da campanha (consistência do plano em relação ao público-alvo), e consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da	2,5

		estratégia, da tática e do plano de mídia;	
		b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,5
		c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	2,5
		d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia, e grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	2,5
Quesito 2 - Capacidade de Atendimento	25	a) o porte e a tradição dos clientes, como Contratantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;	5,0
		b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Contratante;	5,0
		c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Contratante na execução do contrato;	5,0
		d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante;	5,0
		e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Contratante.	5,0
Quesito 3 - Repertório	10	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;	2,5

		b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;	2,5
		c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças	2,5
		d) criatividade do conjunto de elementos do projeto técnico e do material apresentado	2,5
Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;	2,5
		b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;	2,5
		c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;	2,5
		d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante	2,5

OBS: Para efeito de aferição da nota nos seguintes quesitos e subquesitos abaixo, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação:

Quando a nota máxima do subitem for 5: 0,0 (nulo); 1,0 (insuficiente); 2,5 (médio inferior); 3,5 (médio superior); 5,0 (superior);

Quando a nota máxima do subitem for 2,5: 0,0 (nulo); 0,5 (insuficiente); 1,25 (médio inferior); 1,5 (médio superior); 2,5 (superior);

Quando a nota máxima do subitem for 1,25: 0,0 (nulo); 0,5 (insuficiente); 0,75 (médio inferior); 1,0 (médio superior); 1,25 (superior).

9.3. De acordo com o inciso IX do artigo 6º da Lei Federal nº 12.232/2010 o formato para apresentação pelas licitantes do Plano de Comunicação Publicitária deve ser padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, visando assegurar a inviolabilidade da autoria do quesito mais importante da Proposta Técnica.

9.4. Ao estabelecer o julgamento de Planos de Comunicação Publicitária apócrifos, o inciso IV do art. 6º da Lei 12.232/2010, agregou maior lisura aos processos de contratação de serviços de publicidade, pelos órgãos e entidades do Governo do Distrito Federal, na medida em que a reputação que a licitante dispõe no mercado não irá influenciar a Subcomissão Técnica, de forma positiva ou negativa, no julgamento de sua proposta de Plano de Comunicação Publicitária.

9.5. E para promover maior objetividade ao julgamento das Propostas Técnicas e fornecer condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle, e pelas empresas concorrentes do certame, a metodologia de julgamento também determina a elaboração de justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, se adequando com as regras da Lei nº 14.133/2021 e dos incisos IV e VI do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

9.6. Conforme demonstra a tabela acima disposta, a presente contratação estabelecerá a pontuação máxima do quesito Plano de Comunicação Publicitária em 55 (cinquenta e cinco) pontos, cabendo pontuações mais elevadas para os subquesitos Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, por abarcarem as informações mais relevantes do referido Plano. Para os outros três quesitos que compõem a Proposta Técnica, destaca-se a pontuação da Capacidade de Atendimento, que junto com os subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária, constituem os quatro pilares mais importantes do julgamento das Propostas Técnicas em licitações da espécie.

9.7. Para que a licitante seja classificada no julgamento técnico e possa participar das próximas etapas do certame, será exigida a **pontuação mínima de 70 (setenta) pontos**, que apresenta baixo risco de redução demasiada do número de classificadas, sem diminuir a qualificação técnica esperada.

10. FORMAS DE REMUNERAÇÃO DAS AGÊNCIA DE PROPAGANDA:

10.1. É notório que as estratégias inovadoras de comunicação publicitária têm sido amplamente adotadas por anunciantes dos setores público e privado, em virtude do avanço de novas tecnologias e suportes de comunicação. Tais recursos viabilizam uma difusão mais assertiva e o alcance eficaz de variados perfis de públicos-alvo, que utilizam recorrentemente diversos canais de interação e informação em suas atividades cotidianas

10.2. No entanto, não obstante a utilização dessas novas tecnologias e dos meios digitais estar legalmente prevista como um dos serviços especializados que compõem as atividades complementares ao objeto do contrato de publicidade, a Lei Federal nº 12.232/2010 acabou criando uma espécie de categoria de serviços que, pelo dinamismo e diversidade de aplicação no âmbito publicitário, merece muita atenção dos anunciantes governamentais, para garantia da conformidade dos processos internos, bem como alinhamento da execução contratual com as práticas comerciais de mercado.

10.3. Vale destacar que, nos termos do inciso III do §1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, a característica precípua de inovação não se associa ao aspecto temporal, mas à capacidade de expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias. Para tanto, a publicidade deve ser executada de forma distinta dos modelos convencionais, valendo-se do suporte de novas tecnologias. No âmbito da comunicação governamental, os órgãos e entidades do Governo do Distrito Federal vêm implementando ações estruturantes voltadas à evolução de sua maturidade institucional. A adoção de formas inovadoras tem promovido uma redistribuição estratégica dos investimentos para canais que possibilitem maior interação e presença no cotidiano da população, viabilizando novas modalidades de prestação de serviços e de interlocução com o cidadão.

10.4. A Lei nº 12.232/2010 não especifica o rol de 'serviços inovadores', o que resulta em uma execução contratual diversificada. Na prática, tais serviços abrangem desde ações simples de apoio até campanhas complexas na internet, focadas em maximizar resultados e garantir a eficiência do gasto público por meio de uma atuação mais elaborada das agências

10.5. As ações publicitárias, para assegurarem sua eficácia, exigem o acompanhamento sistemático da veiculação junto aos públicos-alvo, permitindo a verificação da qualidade e o atingimento das metas de desempenho estabelecidas no planejamento, sendo esta atividade uma atribuição técnica das agências de propaganda

10.6. Todavia, as atividades complementares voltadas à viabilização de programações publicitárias requerem expertise em inteligência de dados, bem como o emprego de infraestrutura técnica qualificada, compreendendo sistemas e dispositivos de controle de

produtividade e qualidade, visando assegurar o fiel cumprimento das metas estabelecidas no planejamento

10.7. Destaca-se que a evolução da publicidade contemporânea decorre diretamente da disponibilidade de ferramentas avançadas e da consolidação de novos padrões de interação social. Este cenário pressupõe a gestão estratégica de dados de consumo, a mensuração precisa de performance e a oferta integrada de conteúdos em múltiplos suportes. Tais avanços permitem o direcionamento qualificado da publicidade com base em perfis socioeconômicos e comportamentais do público-alvo, além de novas modalidades de negociação de espaços publicitários e a valorização de canais de comunicação próprios

10.8. Nesse cenário, observa-se a consolidação de uma nova configuração no mercado publicitário. Se, tradicionalmente, o fluxo de comunicação baseava-se na relação entre anunciantes, agências, veículos de divulgação e públicos-alvo, a dinâmica contemporânea exige uma estrutura ampliada. Atualmente, esse ecossistema integra, de forma indissociável: anunciantes, canais de comunicação próprios, agências, infraestrutura de tecnologia e dados, veículos de divulgação e públicos-alvo

10.9. Dessa forma, a comunicação publicitária contemporânea apresenta características de alta complexidade, fundamentadas na multiplicidade de desdobramentos estratégicos. Tal cenário exige que as agências contratadas detenham especialização técnica em todo o ciclo da ação: do planejamento e concepção à implementação, gestão, monitoramento e avaliação de resultados. É imperativo o domínio de requisitos técnicos avançados, incluindo a parametrização de fluxos de resposta, configuração de indicadores em receptivos de campanha, análise de desempenho criativo, controle de conversões e engajamento, além da otimização de investimentos e análise profunda de dados. Adicionalmente, faz-se indispensável o emprego de infraestrutura tecnológica para a distribuição de conteúdos, acompanhamento de metas qualitativas e quantitativas (KPIs), mensuração de desempenho, gestão de audiências segmentadas e monitoramento em tempo real para respostas imediatas.

10.10. Por conseguinte, faz-se indispensável a comprovação de expertise técnica e a disponibilidade de profissionais especializados em inteligência de dados, estatística, gestão de audiências, análise de consumo de mídia, pesquisa e planejamento estratégico. A necessidade de domínio sobre projetos complexos e sistemas de veiculação automatizada demonstra a amplitude do espectro de serviços vinculados à publicidade contemporânea e a sofisticação dos mecanismos de controle exigidos.

10.11. Assim, conforme pesquisa de percentuais de honorários constante do processo SEI n.º 04000-00001881/2025-21, as regras de remuneração das agências de propaganda a serem estabelecidas na presente contratação serão as seguintes:

10.11.1. Honorários de 4,02 % (quatro vírgula zero dois por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

10.11.2. Honorários de 3,00 % (três por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes:

I) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato.

II) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe

proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III) à reimpressão de peças publicitárias.

10.11.2.1. Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

10.11.3. Honorários de 3,76 % (três virgula setenta e seis por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

10.12. A Contratada não fará jus:

a) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;

b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965;

c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

d) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965;

e) a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela Contratante, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

10.13. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da Contratada, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

10.13.1. Quando houver a autorização excepcional da Contratante para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

10.14. As formas de remuneração estabelecidas neste item poderão ser renegociadas, no interesse da Contratante, quando da renovação ou da prorrogação do contrato.

10.15. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela Contratada.

10.16. Os honorários de que tratam os subitens 10.12.1, 10.12.2 e 10.12.3 deste estudo serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da Contratada.

10.17. O desconto de agência é concedido às contratadas pelos veículos de comunicação e divulgação pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta do contratante, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010, sendo fixado o percentual do desconto de ¼ a ser repassado a SECOM/DF, calculado sobre o valor da tabela de preços do veículo de comunicação e divulgação, já deduzidos os descontos comerciais resultantes de cada negociação, como base nos termos do Anexo B das Normas - Padrão do CENP.

11. QUESITOS DA PROPOSTA TÉCNICA:

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

12. LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTOS DE DESPESAS:

12.1. Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela Contratante, a Contratada deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da Contratante, CNPJ/MF nº _____/____-____, da qual constará o número do 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 de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação, que será emitido em nome da Contratante;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

IV - 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 Contratada à Contratante, no seguinte endereço: _____.

V - A Comissão executora do contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela Contratada todas as condições pactuadas.

VI - As notas fiscais emitidas pela Contratada devem ter a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

“Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

12.1.1. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da Contratada:

I - serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 12.1.

II - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 12.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente.

12.1.2. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a Contratada deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

12.1.3. É da responsabilidade da Contratada observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à Contratante.

12.1.4. Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei Federal nº 12.232, de 2010.

12.1.5. O pagamento das despesas será feito de acordo com as Normas de Planejamento, Orçamento, Finanças, Patrimônio e Contabilidade do Distrito Federal, previstas no Decreto Distrital nº 32.598, de 15 de dezembro de 2010, em até 30 (trinta) dias corridos após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 12.1 e 12.1.1.

12.1.6. Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país.

12.1.7. Repasse de valores a fornecedores e veículos:

12.2. Com vistas a evitar eventuais questionamentos relativos a pagamentos efetuados pela SECOM/DF e não repassados tempestivamente pelas contratadas a fornecedores de serviços especializados e veículos, importante estabelecer o prazo de 5 (cinco) dias úteis, após o recebimento da ordem bancária do contratante à agência bancária pagadora, para que as contratadas comprovem a efetivação dos pagamentos.

13. **OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

13.1. Constituem obrigações da Contratada, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

13.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

13.1.2. Centralizar o comando da publicidade da Contratante no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a Contratada poderá 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.

13.1.2.1. A Contratada deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à Contratante, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

- a) 2 (dois) profissionais de atendimento, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 8 (oito) anos na área;
- b) 1(um) profissional de planejamento, com experiência, no mínimo, comprovada de 10 anos na área;
- c) 1 (um) diretor de criação, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 10 (dez) anos na área;
- d) 2 (dois) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;
- e) 2 (dois) profissionais de mídia, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 8 (oito) anos na área; e
- f) 1 (um) profissional de análise de dados (business intelligence), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área.

13.1.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela Contratante.

13.1.4. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto do futuro contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à Contratante.

13.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à Contratante todas as vantagens obtidas.

13.1.5.1. Pertencem à Contratante todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da Contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação, não abrangendo os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à Contratada, nos termos do art. 18 da Lei Federal nº 12.232/2010.

13.1.5.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à Contratante, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

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

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

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

13.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à Contratante:

I - Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados, aptos a fornecerem à Contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;

III - Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - 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;

V - 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, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor 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.

VII - Para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da Contratada responsável pela documentação:

“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

13.1.7.1. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a Contratada coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da Contratante.

13.1.7.2. A Contratante procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

13.1.7.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a Contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da Contratante.

13.1.7.4. Se e quando julgar conveniente, a Contratante poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela Contratada, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

13.1.7.5. A Contratada está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei Federal nº 12.288/2010.

13.1.7.6. Cabe à Contratada informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

13.1.7.7. As disposições dos subitens 13.1.7 e 13.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

13.1.8. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto do contrato, à prévia e expressa anuência da Contratante.

13.1.8.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I - Um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

II – Algum dirigente ou empregado da Contratada tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

13.1.9. Obter a autorização prévia da Contratante, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato.

13.1.9.1. A Contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da Contratante, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

13.1.9.2. a) A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da Contratada sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência do contrato.

13.1.9.3. Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a Contratada obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da Contratante em veículos de divulgação que promovam conteúdo ou atividades ilegais.

13.1.9.4. Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a Contratada também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, veículos de divulgação, cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza fake news, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

13.1.10. Apresentar à Contratante, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010.

13.1.11. Apresentar à Contratante, como alternativa ao subitem acima, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, e a(s)

justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010

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

a) O resultado da negociação global entre as partes vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura do contrato.

b) Ao final do período de 12 (doze) meses, a Contratada apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

13.1.12. Encaminhar, sempre que solicitado pela Contratante, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;

b) Internet: arquivos digitais;

c) Rádio: arquivos digitais; e

d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

13.1.12.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da Contratante.

13.1.13. Prestar os seguintes serviços à Contratante, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento:

a) manutenção de acervo da propaganda da Contratante, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução do contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução do contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

13.1.13.1. O banco de imagens será constituído e mantido pelas agências contratadas em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a Contratante faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

13.1.14. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

13.1.15. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela Contratante.

13.1.16. 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.

13.1.17. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a Contratada e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, permutadas entre a Contratante e a Contratada, 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

13.1.17.1. O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela Contratada à Contratante após sua realização e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes será enviado quinzenalmente.

13.1.17.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a Contratante solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

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

13.1.19. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolvam o nome da Contratante, sem sua prévia e expressa autorização.

13.1.20. Prestar esclarecimentos à Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

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

13.1.22. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010.

13.1.23. 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.

13.1.24. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

13.1.25. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do 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.

13.1.26. 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.

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

13.1.28. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria Contratante.

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

13.1.29.1. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão do contrato e sujeitará a Contratada às penas da Lei Federal nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

13.1.30. Responder perante a Contratante e fornecedores de bens e de serviços especializados 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 do contrato.

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

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

13.1.32.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a Contratada adotará as providências necessárias no sentido de preservar a Contratante e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não 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.

13.1.33. Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato.

13.1.34. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei Federal nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto Distrital nº 44.330/2023, alterado pelo Decreto Distrital n.º 46.308/2024.

13.2. Comprovação das veiculações realizadas:

13.2.1. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso I do subitem 12.1.1, a Contratada fica obrigada a apresentar, sem ônus para a 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 13.1.10 ou 13.1.11, perante a Contratante, a impossibilidade de fazê-lo.

13.2.2. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 13.1.10 ou 13.1.11, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a Contratada deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (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;

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a Contratada poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' 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 na alínea 'a' deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a Contratada poderá 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 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;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar uma foto do: (1º dia do período; metade do período e do último dia 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;

b2) Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem ser comprovados através dos criativos programados para veiculação nos monitores/displays, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, 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;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação 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;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido e criativos veiculados, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça.

13.3. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 13.2.2 serão estabelecidas formalmente pela Contratante, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

13.4. Antes da efetivação dos pagamentos deverá ser realizada a comprovação de regularidade das contratadas, mediante apresentação dos seguintes documentos:

13.4.1. Prova de regularidade com a Fazenda Federal por meio da Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais, inclusive contribuições previdenciárias, e a Dívida Ativa da União, expedida pelo Ministério da Fazenda/Secretaria da Receita Federal do Brasil (Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751/2014), com jurisdição sobre o local da sede da contratada;

13.4.2. Certificado de Regularidade do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, fornecido pela CEF - Caixa Econômica Federal, devidamente atualizado (Lei Federal n.º 8.036/90);

13.4.3. Certidões Negativas de Débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da contratada;

13.4.4. Certidão Negativa de Débitos ou certidão positiva com efeito de negativa, emitida pela Secretaria de Estado de Economia do Distrito Federal-SEEC/DF, em plena validade, que poderá ser obtida através do endereço eletrônico: <https://ww1.receita.fazenda.df.gov.br/cidadao/certidoes/Certidao> (inteligência do art. 173, da Lei Orgânica do Distrito Federal);

13.4.5. Certidão de regularidade relativa a débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, em plena validade, que poderá ser obtida no site www.tst.jus.br/certidao.

13.5. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, as contratadas serão notificadas, por escrito, para que no prazo de 30 (trinta) dias regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa, sob pena de rescisão contratual.

13.5.1. O prazo estipulado poderá ser prorrogado a juízo da Contratante.

13.5.2. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

13.5.3. Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas à Contratante, por meio de carta, ficando sob responsabilidade das contratadas os prejuízos decorrentes de pagamentos incorretos devido à falta de informação.

13.5.4. Os pagamentos efetuados pela Contratante não isentam a contratada de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

13.6. Passados 30 (trinta) dias sem o devido pagamento por parte da Administração, a parcela devida será atualizada monetariamente, desde o vencimento da obrigação até a data do efetivo pagamento de acordo com a variação "*pro rata tempore*" do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo-IPCA apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE, nos termos do art. 3º do Decreto Distrital n.º 37.121/2016.

13.6.1. A Contratante não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da Contratada, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes do contrato.

13.7. A Contratante não pagará nenhum compromisso, assumido pela Contratada, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

13.8. Cabe à Contratada efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 05 (cinco) dias úteis após o recebimento da ordem bancária da Contratante, pela agência bancária pagadora.

13.8.1. A Contratada informará à Contratante os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela Contratante e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

13.8.1.1. Os dados e formato dos controles serão definidos pela Contratante, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da Contratante, data do pagamento da Contratada, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

13.8.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 13.8 e 13.8.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da Contratada, até que seja resolvida a pendência.

13.8.2.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da Contratante, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da Contratada.

13.8.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 13.8.2, a Contratante, poderá optar pela rescisão do contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

13.8.2.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a Contratante poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela Contratada, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

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

13.9. A 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.

14. **DISPOSITIVOS VINCULADOS AO COMBATE À CORRUPÇÃO:**

14.1. Entende-se adequado incluir no edital da presente contratação exigências que coíbam a prática ilegal de atos lesivos à Administração, pelas contratadas, nos termos do Decreto n.º 34.031/2012 “Dispõe sobre a inserção de fraseologia anticorrupção em editais de licitação, contratos e instrumentos congêneres da Administração Pública Direta e Indireta do Distrito Federal.”, e a Lei 12.846/2023.

15. **COMISSÕES DE JULGAMENTO:**

15.1. De acordo com a Lei Federal nº 12.232/2010 os trabalhos das diversas fases do certame estarão a cargo de:

15.2. Comissão de Contratação, a ser constituída e designada de acordo com a Lei Federal nº 14.133/2021, para administrar todo o processo licitatório; e

15.3. Subcomissão Técnica, a ser constituída e designada exclusivamente para o julgamento das Propostas Técnicas, de acordo com o previsto no §§ 1º e 2º do art. 10 da Lei nº

12.232/2010, a ser composta por pessoas formadas em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas.

15.4. Conforme disposto na Lei Federal nº 12.232/2010 a licitação deverá adotar para a composição da Subcomissão Técnica a quantidade mínima de 3 (três) membros, sendo um deles sem vínculo funcional com o Governo do Distrito Federal, com base nas experiências positivas vivenciadas em licitações anteriores.

15.5. Serão adotadas providências para o cadastramento de, ao menos, 9 (nove) nomes a serem submetidos a sorteio dos membros da Subcomissão Técnica, nos termos da Lei nº 12.232/2010, sendo a ordem de suplência sorteada entre os demais nomes remanescentes, para convocação nos eventuais casos de impedimento de algum dos titulares.

15.6. devem ser estabelecidos no edital da contratação os seguintes critérios adicionais aos já estabelecidos pela Lei Federal nº 12.232/2010, para a escolha dos membros que comporão a Subcomissão Técnica:

15.6.1. para composição dos 2/3 (dois terços) da relação de que trata o § 2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010: a SECOM/DF indicará nomes de servidores membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas

15.6.2. para composição do 1/3 (um terço) da relação de que trata o § 2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, a SECOM/DF informará os nomes dos profissionais sem vínculo com o Governo do Distrito Federal, para compor a lista de candidatos da qual serão extraídos, por sorteio, os integrantes da subcomissão técnica, que atendam aos requisitos dispostos no §1º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

15.7. A condução dos demais procedimentos licitatórios será da competência da Comissão de Contratação, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021.

16. **DURAÇÃO DOS CONTRATOS:**

16.1. O contrato terá duração de 12 (doze) meses, a contar de ___/___/___, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, respeitando a vigência máxima decenal, desde que a autoridade competente ateste que as condições e os percentuais de honorários permanecem vantajosas para a Administração.

16.1.1. A Contratante poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

16.1.2. A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho das Contratadas, a ser efetuada pela SECOM/DF.

17. **CONDIÇÕES CONTRATUAIS:**

17.1. As cláusulas dispostas na minuta do contrato observarão as determinações da Lei Federal nº 12.232/2010, e de forma complementar a Lei Federal nº 14.133/2021, e buscarão contemplar o maior detalhamento possível das condições a serem estabelecidas no relacionamento com as agências, dadas as características da atividade publicitária e as exigências legais as quais se submetem.

17.2. Ressalta-se que a execução contratual poderá ser realizada pelos profissionais da agência, situados em outros estados, o que agrega uma série de benefícios para a Administração, em decorrência da expertise diversificada desses profissionais.

17.3. Dessa forma, os serviços a serem prestados devem ser claramente estabelecidos no termo contratual, sendo as condições de sua operacionalização definidas pelas próprias

agências contratadas, a seu critério ou em comum acordo, conforme a especificidade de cada serviço.

17.4. Ainda em relação à estrutura de atendimento das agências contratadas a ser colocada à disposição da Secretaria de Estado de Comunicação do DF, destaca-se a importância do Núcleo de Mídia, constituído e mantido pelas contratadas, o qual configura uma das obrigações mais relevantes nesses contratos, na medida em que apoia a prestação de serviços que absorvem em torno de 90% do valor contratual.

17.5. Entende-se que a constituição e manutenção do Núcleo de Mídia, bem como dos serviços por ele prestados, devem ser mantidos no âmbito das obrigações das contratadas. Caberá às agências de propaganda, em conjunto com a SECOM/DF, a definição da equipe necessária para prestação adequada dos serviços sob a responsabilidade do Núcleo de Mídia, em termos de quantitativos, formação acadêmica e qualificação dos profissionais, sendo, contudo, adequado incluir a previsão de que eventual substituição deva ser comunicada previamente a SECOM/DF e que o nível de experiência e qualificação desses profissionais seja equivalente ou superior ao dos profissionais anteriores.

17.5.1. O Núcleo de Mídia deverá desempenhar as seguintes atividades:

17.5.1.1. Planejamento de Mídia:

- a) Definir os objetivos e metas da campanha publicitária;
- b) Identificar o público-alvo e desenvolver estratégias de comunicação eficazes;
- c) Selecionar os meios de comunicação mais adequados para a campanha (TV, rádio, jornal, outdoor, digital, etc.);
- d) Elaborar mapa-choque de veiculação/execução e de investimentos por veículo (off-line e on-line) e por fornecedor, por campanha e por agência, para evitar a sobreposição de espaços;

17.5.1.2. Criação de Conteúdo:

- a) Desenvolver conceitos criativos e mensagens publicitárias que atendam aos objetivos da campanha;
- b) Criar materiais publicitários, como anúncios impressos, comerciais de TV, spots de rádio, banners digitais, etc

17.5.1.3. Veiculação de Anúncios:

- a) Negociar e comprar espaço publicitário nos meios de comunicação selecionados;
- b) Garantir a veiculação dos anúncios conforme o planejado.

17.5.1.4. Monitoramento e Avaliação:

- a) Acompanhar a veiculação dos anúncios e a resposta do público-alvo;
- b) Avaliar a eficácia da campanha em termos de alcance, impacto e retorno sobre o investimento.

17.5.1.5. Elaborar e fornecer relatórios e dados brutos sobre:

- a) Veiculações planejadas e realizadas; e
- b) Verba por campanha, por veículo de divulgação, por fornecedor de formas inovadoras de publicidade no meio internet, por agência de propaganda, por período de veiculação;

17.5.1.6. Operacionalizar o Cadastro de Veículos

17.6. Por outro lado, os resultados de uma ação não estão diretamente relacionados com o desempenho das agências contratadas, na medida em que fatores externos (cenário vivenciado pelo país, convicção ideológica do cidadão, postura de servidores no atendimento ao público, etc.) também interferem no grau de atingimento dos objetivos de uma campanha, independentemente da qualidade técnica da ação de publicidade e dos serviços prestados. Dessa forma, não seria correto condicionar o pagamento integral da remuneração das agências aos resultados obtidos com a campanha, nem à qualidade técnica das ações publicitárias, pelos motivos acima expostos. No entanto, o desempenho global das contratadas é periodicamente avaliado, e a execução dos serviços será acompanhada e fiscalizada pelos gestores e fiscais do contrato, para o fiel cumprimento das cláusulas contratuais.

17.7. Com vistas a proporcionar maior controle por parte da SECOM/DF e segurança no uso dos investimentos públicos, ainda devem ser aperfeiçoados os dispositivos relacionados à comprovação das veiculações, no âmbito da execução contratual, estabelecendo a obrigação das agências firmarem contratos com empresas independentes de checagem que contemplem, necessariamente, o acesso da SECOM/DF aos relatórios de checagem produzidos, bem como às ferramentas de monitoramento, audiência, consumo, comportamento, investimento e aos demais dados brutos, nos termos a serem definidos no decorrer da execução contratual.

18. **LEGISLAÇÃO APLICADA:**

18.1. A presente contratação de serviços de publicidade, bem como a execução contratual desses serviços, se baseiam nos dispositivos legais e normativos abaixo descritos:

- a) Lei Federal nº 4.320/1964, que estatui Normas Gerais de Direito Financeiro para elaboração e controle dos orçamentos e balanços dos entes da Federação;
- b) Lei Federal nº 4.680/1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda;
- c) Lei Federal nº 9.610 /1998, que consolida a legislação sobre direitos autorais;
- d) Lei Federal nº 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências;
- e) Lei Federal nº 14.133/2021, que regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, estabelece normas gerais de licitação e contratação para as Administrações Públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;
- f) Lei Federal n.º 12.846/2013, que versa sobre a responsabilização administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a Administração Pública, nacional ou estrangeira;
- g) Lei Distrital n.º 3.184/2003, que regulamenta os §§ 1º e 2º da Lei Orgânica do Distrito Federal;
- h) Lei Distrital n.º 4.990/2012, regula o acesso a informações no Distrito Federal previsto no art. 5º, XXXIII, no art. 37, § 3º, II, e no art. 216, § 2º, da Constituição Federal e nos termos do art. 45, da Lei federal nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, e dá outras providências;
- i) Decreto Distrital n.º 32.598/2010, que aprova as Normas de Planejamento, Orçamento, Finanças, Patrimônio e Contabilidade do Distrito Federal, e dá outras providências;
- j) Decreto Distrital n.º 38.934/2018, que dispõe sobre a aplicação, no âmbito da Administração Pública Direta e Indireta do Distrito Federal, da Instrução Normativa nº 5, de

25 de maio de 2017, da Secretaria de Gestão do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão;

k) Decreto Distrital nº 44.330/2023, que regulamenta a Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, Lei de Licitações e Contratos Administrativos, no âmbito da Administração Pública direta, autárquica e fundacional do Distrito Federal;

l) Decreto Distrital nº 39.610/2019, Dispõe sobre a organização da estrutura da Administração Pública do Distrito Federal;

m) Decreto Distrital nº 41.285/2020, que aprova o Regimento Interno da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal;

n) Decreto Distrital nº 36.451/2015, que regulamenta a execução de ações de publicidade e patrocínio no âmbito do Governo do Distrito Federal;

o) Portaria-SECOM/DF nº 9/2019, que aprova o procedimento de seleção interna das Agências de Propaganda no âmbito da Secretaria de Comunicação do Distrito Federal;

p) Instrução Normativa SECOM/PR n.º 1, de 19 de junho de 2023, que dispõe sobre as licitações e os contratos de serviços de publicidade, promoção, comunicação institucional e comunicação digital, prestados a órgão ou entidade do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo federal. *(somente será utilizada como parâmetro, conforme Parecer Jurídico n.º 279/2025 - PGDF/PGCONS);*

q) Normas - Padrão de Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas - Padrão - CENP, acessível por meio do link: <https://www.cenp.com.br/banco-de-dados/>.

19. **LEVANTAMENTO DE MERCADO:**

19.1. O objeto de contrato de serviços de publicidade está disciplinado pela Lei Federal nº 12.232/2010 e encontra-se claramente definido no seu art. 2º. A solução a ser contratada atende plenamente às necessidades da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal.

19.2. Vale informar que a contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, tem sido iniciativa comum por parte dos órgãos e entidades anunciantes do Governo do Distrito Federal, tanto da Administração Pública Indireta como Direta.

19.3. No âmbito da presente contratação, foi realizada cotação dos preços praticados por órgãos do Governamentais, na forma de percentual de honorários incidentes sobre o volume de investimento aplicado para as ações previstas na Lei Federal nº 12.232/2010, conforme descreve a Pesquisa de Percentuais de Honorários constante do processo de contratação.

20. **ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES A SEREM CONTRATADAS:**

20.1. A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

20.2. Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingir os objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

21. **DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO:**

21.1. Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, e § 2º, art. 1º da Lei Distrital n.º 3.184/2003, o objeto de um contrato de serviços de publicidade envolve:

a) O conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

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

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

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

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

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

21.4. § 2º, art. 1º da Lei Distrital n.º 3.184/2003:

§ 2º Consideram-se despesas com publicidade e propaganda as aplicações de recursos públicos destinadas a:

I – edição de publicação em geral, nelas incluída livros, monografias, coletâneas de leis, atos da administração, anúncios, avisos, boletins, circulares, editais, folhetos, cartazes e assemelhados;

II – aquisição de material de consumo para elaboração de peça publicitária, de propaganda e promoções;

III – contratação de serviços de terceiros para elaborar ou veicular peça publicitária, de propaganda e promoções;

IV – aquisição de materiais para distribuição gratuita, entendidos como veículos especiais de propaganda, neles incluídos agendas, adesivos, stands, fitas gravadas, faixas, calendários e assemelhados;

V – veiculação de propaganda de utilidade pública, nelas incluídas campanhas de vacinação, preservação do meio ambiente, higiene, saneamento básico, saúde, ensino, segurança, trânsito e assemelhados.

21.5. Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, acima descrito, o art. 3º da lei Federal 12.232/2010, torna passível de execução apenas àquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

21.6. Integram o objeto da concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução dos contratos;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c) à produção de conteúdo, à concepção e à execução técnica de ações e peças de comunicação destinadas a múltiplos suportes de veiculação; e
- d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.

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

- a) prover inteligência sobre o mercado e o ambiente de atuação da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal, compreendendo o perfil dos públicos-alvo e a dinâmica dos canais e veículos de divulgação nos quais serão difundidas as peças e as campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar o acompanhamento, a readequação de estratégias, a mensuração de desempenho e a avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

21.8. Os serviços previstos 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.

21.9. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem anterior os projetos destinados à veiculação de mídia ou à transmissão de conteúdos em canais que operem estritamente como veículos de comunicação e divulgação

21.10. Para a execução dos serviços e a seleção interna de que trata o art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010, as contratadas observarão o disposto na portaria nº 9, de 01 de abril de 2019 da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal ou instrumento normativo que venha a substituí-lo.

22. **JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO**

22.1. Conforme previsto no § 3º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, na contratação de serviços de publicidade o objeto da licitação pode ser adjudicado a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias.

22.2. A decisão de não fragmentar a execução da publicidade do Governo do Distrito Federal entre as agências a serem contratadas, por temática ou mesmo pela origem da demanda, considera os benefícios decorrentes para a Administração, na medida em que a não segregação estimula a competitividade entre as agências de propaganda no decorrer da execução contratual.

22.3. O fato de ter sido vencedora em um processo licitatório bastante rigoroso, não garante à contratada a execução dos serviços e, conseqüentemente, a sua remuneração, fazendo com que a agência de propaganda ainda tenha que enfrentar uma disputa entre as demais contratadas, no âmbito dos processos de seleção interna entre as contratadas, em observância

ao § 4º do art. 2º da Lei nº 12.232/ 2010 e portaria nº 9, de 01 de abril de 2019 da Secretaria de Estado de Comunicação do DF.

22.4. Assim, ao competir com as demais contratadas, cada agência é estimulada a evitar a acomodação e a investir esforços adicionais para apresentar propostas de maior qualidade, tanto no aspecto estratégico quanto no criativo, com o objetivo de conquistar a execução de determinada ação publicitária e a correspondente remuneração pelos serviços prestados. Ressalta-se, ainda, que, para intensificar a concorrência e assegurar a seleção das melhores propostas de campanhas, será adotado o seguinte critério de distribuição do orçamento anual de publicidade entre as quatro agências a serem contratadas: a participação de cada agência não poderá ser inferior a 18,75% (dezoito vírgula setenta e cinco por cento) nem superior a 43,75% (quarenta e três vírgula setenta e cinco por cento) do orçamento anual aprovado.

22.5. Não obstante os procedimentos de seleção interna entre as contratadas serem mais trabalhosos para as equipes internas da SECOM/DF, do que o repasse direto de demandas para agências pré-determinadas para as respectivas contas publicitárias, a não segregação do objeto da licitação possibilita a SECOM/DF reunir uma quantidade e qualidade maior de propostas para seu julgamento e escolha daquela que melhor atenda às necessidades de comunicação do Governo.

23. **ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO:**

23.1. O valor decorrente da contratação está estimado em R\$ 200.000.000,00 (*duzentos milhões de reais*), pelos primeiros 12 (doze) meses.

23.2. A contratação pretendida está incluída na Lei Orçamentária Anual, que prevê a dotação para o exercício 2026 no valor de R\$ 200.000.000,00 (duzentos milhões de reais) para a contratação de serviços de publicidade e propaganda, pelos primeiros 12 (doze) meses, que serão custeados pelos seguintes programas:

23.2.1. Unidade Orçamentária: 15101 - Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal;

23.2.2. Programas de Trabalho: 04.131.6203.8505.0002 - Publicidade e Propaganda – Institucional e 04.131.6203.8505.0004 - Publicidade e Propaganda - Utilidade Pública;

23.2.3. Natureza da Despesa: 33.90.39 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica;

23.2.4. Fonte de Recursos: 100.

23.3. A presente contratação não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual. Para o fornecimento de bens e serviços especializados é necessária a apresentação pelas agências contratadas de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei Federal n.º 12.232/2010. E na contratação de tempos e espaços junto a veículos de comunicação e divulgação, para distribuição das peças publicitárias de uma campanha, são praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados com a SECOM/DF, conforme disposto no art. 15 da mesma lei.

23.4. Assim, nas contratações de serviços de publicidade, para estabelecimento do valor global a ser estimado no âmbito do certame, foram consideradas as necessidades de comunicação a serem atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangência das demandas potenciais.

23.5. A estimativa do valor da contratação levou em conta o histórico de campanhas anuais do órgão, nas vigências contratuais anteriores, nas necessidades atuais e nas perspectivas

futuras de comunicação.

24. **CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES:**

24.1. Não se aplica, na medida em que, de acordo com as dinâmicas contratuais, as agências de propaganda ficam responsáveis pela intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados e de veículos de comunicação e divulgação necessárias para o desenvolvimento das ações de publicidade, por ordem e conta da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal.

24.2. Devido à natureza dos serviços presentes nesse Estudo é possível afirmar que não será necessária nenhuma contratação correlata, haja vista que, para a execução dos serviços será suficiente a utilização da força de trabalho dos colaboradores necessários ao atendimento do contrato de prestação dos serviços de publicidade.

24.3. Contratações interdependentes são aquelas que precisam ser contratadas em paralelo com o objeto principal, para sua completa prestação de serviço. No caso em questão, não existem contratações que guardem relação com os serviços de publicidade objeto desta contratação.

25. **ALINHAMENTO ENTRE A CONTRATAÇÃO E O PLANEJAMENTO:**

25.1. A contratação pretendida está incluída na Lei Orçamentária Anual que prevê a dotação para o exercício 2025 no valor de R\$ 200.000.000,00 (duzentos milhões) para a contratação de serviços de publicidade.

25.2. O planejamento da presente contratação está prevista com o Plano de Contratações Anual - PCA/2025 da SECOM/DF - Código 41481 - Endereço Eletrônico: <https://portal.compras.df.gov.br/catalogo/detalharpacc/?catalogos=262> (inciso II do § 1º do art. 18 da Lei Federal n.º 14.133/2021 - art. 58 e inciso IX do art. 60 do Decreto Distrital nº44.330/2023).

26. **PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS:**

26.1. O Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal dispõe de área técnica responsável pelo desenvolvimento das ações publicitárias do órgão, a qual realiza diariamente o relacionamento com as agências de propaganda contratadas. Essa relação já está consolidada nas rotinas de trabalho da Subsecretaria de Publicidade e Propaganda, não havendo necessidade de adequação de ambiente físico, nem de capacitação de servidores para atuarem no relacionamento com as agências de propaganda e na gestão e fiscalização dos contratos.

27. **BENEFÍCIOS A SEREM ALCANÇADOS COM A CONTRATAÇÃO:**

27.1. Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, a Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal pretende desempenhar sua missão e competências institucionais junto à sociedade com maior eficiência e eficácia, em decorrência da melhor qualidade técnica dos serviços prestados e da tempestividade promovida pelos procedimentos contratuais à publicidade governamental.

27.2. Ao desenvolver uma publicidade governamental mais eficiente, a SECOM/DF também estará rentabilizando o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos.

27.3. Ressalta-se que a expertise das agências contratadas, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias para apoiar a atuação da SECOM/DF, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstas no instrumento contratual, possibilitam maior celeridade ao desenvolvimento da publicidade governamental e, conseqüentemente, melhor atendimento das necessidades de

comunicação do governo do Distrito Federal, no enfrentamento dos desafios institucionais vivenciados no dia a dia.

27.4. As agências de propaganda contratadas tornam-se responsáveis pela intermediação e supervisão da contratação corriqueira de fornecedores especializados para produção e execução das peças e materiais publicitários desenvolvidos no decorrer da execução contratual, bem como para a contratação dos inúmeros veículos de comunicação e divulgação utilizados para disseminação das mensagens.

27.5. Nesse trabalho, a Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal prioriza atingir os objetivos de comunicação estabelecidos para cada campanha, buscando atingir o maior número de público possível com as mensagens mais adequadas, com vistas a concorrer pela atenção e pelo entendimento do cidadão, frente ao imenso volume de conteúdos divulgados pela iniciativa privada e dos inúmeros e variados espaços publicitários utilizados pelos anunciantes.

27.6. A expertise técnica das agências de publicidade, contratadas mediante processo licitatório, oferece suporte estratégico às equipes internas da SECOM/DF, auxiliando na formulação e proposição das estratégias de comunicação mais adequadas e eficazes. Esse suporte se concretiza na definição de elementos fundamentais, tais como: o conteúdo a ser comunicado, a forma de transmissão, os pontos a serem destacados, o momento oportuno, os meios de divulgação e o nível de investimento necessário. Além de constituir um direito do cidadão e um dever do Estado, a publicidade institucional desempenha papel essencial ao dar transparência aos atos governamentais, às medidas adotadas e à aplicação dos recursos públicos. Cumpre, ainda, a função de orientar, educar e mobilizar a sociedade, permitindo que a população usufrua plenamente dos serviços disponibilizados e adote práticas positivas que resultem em benefícios concretos para sua qualidade de vida. Dessa forma, com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, a Secretaria de Estado de Comunicação do DF pretende agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da sua política de comunicação, trazendo maior transparência aos atos de governo, além de contribuir para maior efetividade do exercício da cidadania pela população, o que caracterizará o correto cumprimento de sua missão institucional.

28. **POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS**

28.1. A presente contratação não envolve impactos ao meio ambiente e seu edital deve contemplar a obrigação das contratadas, que as mesmas, na execução dos serviços, contribuam para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável no cumprimento de diretrizes e critérios de sustentabilidade ambiental de acordo com o art. 225 da Constituição Federal/88.

29. **RESPONSÁVEIS**

a) Integrante Requisitante e Técnico: Núbia Santos da Conceição, Matrícula: 1.689.130-9, Subsecretária de Publicidade e Propaganda-SUBPUB/SECOM/DF;

c) Integrante Administrativo: Michel Alves dos Santos, Matrícula: 1.689.429-4, Coordenador da Coordenação Administrativa-SUAG/SECOM/DF.

30. **DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE**

30.1. Esta equipe de planejamento declara **viável** esta contratação.

31. **JUSTIFICATIVA DA VIABILIDADE**

31.1. Declaramos que a presente contratação apresenta-se viável em todos os aspectos, na medida em que será utilizado orçamento específico alocado na Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal para esse fim e que o objeto da contratação é compatível com

as competências institucionais da SECOM/DF e que possui em sua estrutura interna uma área técnica preparada para a condução dos serviços a serem prestados por intermédio das agências de propaganda contratadas, bem como para a gestão e fiscalização do contrato. Ressalta-se, ainda, que a Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal observa rigorosamente todos os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria, minimizando eventuais riscos de questionamentos por parte de órgãos de controle e auditoria.

Brasília/DF, 11 de maio de 2026.

Fábio Paixão de Azevedo

Presidente da CEC-SECOM/DF

Equipe de Planejamento da Contratação-EPC - Processo SEI n.º 04000.0001881/2025-21

Núbia Santos da Conceição

Integrante Requisitante e Técnico

Michel Alves dos Santos

Integrante Administrativo



Documento assinado eletronicamente por **FÁBIO PAIXÃO DE AZEVEDO - Matr.1699282-2, Presidente da Comissão**, em 11/05/2026, às 14:33, conforme art. 6º do Decreto nº 36.756, de 16 de setembro de 2015, publicado no Diário Oficial do Distrito Federal nº 180, quinta-feira, 17 de setembro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **MICHEL ALVES DOS SANTOS - Matr.1689429-4, Coordenador(a) Administrativo(a)**, em 11/05/2026, às 14:36, conforme art. 6º do Decreto nº 36.756, de 16 de setembro de 2015, publicado no Diário Oficial do Distrito Federal nº 180, quinta-feira, 17 de setembro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **NÚBIA SANTOS DA CONCEIÇÃO - Matr.1689130-9, Subsecretário(a) de Publicidade e Propaganda**, em 11/05/2026, às 15:45, conforme art. 6º do Decreto nº 36.756, de 16 de setembro de 2015, publicado no Diário Oficial do Distrito Federal nº 180, quinta-feira, 17 de setembro de 2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site:
[http://sei.df.gov.br/sei/controlador_externo.php?](http://sei.df.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0&verificador=202574650)
`acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0`
`verificador= 202574650` código CRC= **259660B6**.

"Brasília - Patrimônio Cultural da Humanidade"

Anexo do Palácio do Buriti - CEP 70075-900 - DF

(61) 3961-4609