

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 00.001/2025-CP

PREÂMBULO

Objeto	Prestação dos serviços de publicidade, 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 publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade, bem como ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, para as Secretarias da Casa Civil e de Educação do Município de Aracati – Ce.
Unidades Administrativas	Secretaria da Casa Civil Secretaria de Educação
Modalidade	Concorrência
Critério de Julgamento	Melhor Técnica
Regime de Execução	Empreitada por preço global
Data e hora do recebimento	24 de junho de 2025 às 10h00min (Horário de Brasília)
Local do recebimento	Secretaria de Licitações e Contratos, sita a Rua Santos Dumont, nº 1146 – Farias Brito, Aracati-CE
Agente de Contratação	Comissão de Contratação

O Município de Aracati torna público para conhecimento de todos os interessados a abertura de processo de licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 00.001/2025-CP**, identificado acima, mediante as condições estabelecidas no presente Edital, tudo de acordo com a Lei nº 12.232/2010, Lei nº 14.133/2021, Lei nº 4.680/65 e Lei Complementar nº 123/2006, alterada e consolidada.

Compõem-se o presente Edital das partes A e B, conforme a seguir apresentadas:

PARTE A – Condições para competição, julgamento e homologação

Em que são estabelecidos os requisitos e as condições para competição, julgamento e formalização do contrato, bem como os esclarecimentos necessários à aplicabilidade obrigatória dos ditames das Leis 14.133/2021, 12.232/2010, 4.680/65 e 123/2006 e alterações posteriores.

PARTE B – ANEXOS

ANEXO I - BREAFIG

ANEXO II - PROJETO BÁSICO

ANEXO III - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

ANEXO IV - MINUTA DO TERMO CONTRATUAL

CLÁUSULAS EDITALÍCIAS

1. DO OBJETO

1.1. O objeto da licitação é a prestação dos serviços de publicidade, 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 publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade, bem como ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, nas condições estabelecidas neste edital e seus anexos.

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

1.1.1.1. 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.

1.1.1.2. À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

1.1.1.3. 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.

1.1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 4.1.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal do Aracati, 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.

1.1.3. Os serviços previstos no subitem 4.1.2 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações-públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.1.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem anterior o patrocínio de mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio de transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, comercializados por veículo de comunicação.

1.2. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de publicidade e propaganda, doravante denominadas agências ou contratadas.

1.3. A agência de propaganda contratada atuará consoante convocação da Prefeitura Municipal inexistindo exclusividade sobre qualquer das ações elencadas nos subitens 1.1 e 4.1.1, devendo os serviços de publicidade serem executados indistintamente e independentemente da classificação no certame.

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

1.5. A Agência não poderá subcontratar outra Agência de Propaganda para a execução dos serviços previstos no Item 1 – DO OBJETO, deste Edital.

A agência contratada atuará por conta e ordem da Prefeitura Municipal de Aracati nos termos do art.3º da Lei nº 4.680/65. na contratação de fornecedores de serviços especializados e de veículos e demais meios de divulgação.

2. DO VALOR ESTIMADO E DA FONTE DE RECURSOS

2.1 O objeto desta Concorrência, no valor estimado de **R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais)**, serão pagos com recursos provenientes da Casa Civil e Secretaria de Educação, com as seguintes Classificações Funcionais:

DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:	0801 Fundo Municipal de Educação / FME 12 122 0035 2.029 - Gestão e Manutenção da Secretaria de Educação
ELEMENTO DE DESPESA	3.3.90.39.00 - Outros serv. de terc. pessoa jurídica
FONTE DE RECURSO:	1500100100 - Receita de imposto e transf. - Educação
VALOR ESTIMADO PARA O DISPÊNDIO	R\$ 1.000.000,00 (<i>hum milhão de reais</i>)

CASA CIVIL	
DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:	0301 Casa Civil 04 122 0035 2.005 Gestão e Manutenção das Atividades da Casa Civil
ELEMENTO DE DESPESA	3.3.90.39.00 - Outros serv. de terc. pessoa jurídica
FONTE DE RECURSO:	1500100100 - Receita de imposto e transf. - Educação
VALOR ESTIMADO PARA O DISPÊNDIO	R\$ 1.500.000,00 (<i>hum milhão e quinhentos mil de reais</i>)

3. DA PARTICIPAÇÃO

3.1. Poderá participar desta Concorrência todo e qualquer empresário individual ou sociedade regularmente estabelecida no país, que seja especializada no ramo do objeto da licitação, e que satisfaça a todas as exigências do presente Instrumento convocatório, especificações e normas, de acordo com os anexos relacionados, partes integrantes deste Edital.

3.2. Não será permitida a participação de empresas através de consórcio, cooperativa ou similares ou que sejam estrangeiras e não funcionem no país.

3.3. Não poderão participar da presente licitação, empresas que:

3.3.1. Sejam consideradas inidôneas ou suspensas para participar de licitação em qualquer órgão/entidade governamental, ou que estejam em processo de Recuperação Judicial, ou em Processo de Falência, sob Concurso de Credores, em Dissolução ou em Liquidação.

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

3.5. A participação na presente Licitação implica para a licitante:

a) a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação os documentos e informações necessárias ao cumprimento desta licitação;

b) a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos;

c) a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;

d) a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

3.6. A licitante assume todos os custos de preparação e apresentação dos Documentos de Habilitação e Propostas exigidos nesta Concorrência, ressalvado que a Prefeitura não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

3.7. Não serão recebidos nem aceitos envelopes entregues via Correio/ SEDEX /FAX ou Correio Eletrônico.

3.8. As Propostas Técnicas e de Preço, bem como os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados por preposto da licitante com poderes de representação legal, através de procuração pública ou particular com firma reconhecida. A não apresentação do referido instrumento não

implicará em inabilitação, no entanto, o representante não poderá pronunciar se em nome da LICITANTE, salvo se estiver sendo representada por um de seus dirigentes, que comprove tal condição através de documento legal.

3.9. Nenhuma licitante poderá participar deste certame com mais de uma proposta.

4. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO

4.1. As Propostas Técnicas e de Preço deverão ser apresentadas à Comissão de Contratação em 04 (quatro) invólucros distintos e fechados, os quais deverão estar identificados com as seguintes informações e conteúdo:

4.1.1. INVÓLUCRO “01” - PROPOSTA TÉCNICA (APÓCRIFA)

4.1.1.1. No invólucro “01” deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, consistindo em: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, em consonância com o indicado no subitem 5.3 deste edital.

4.1.1.2. O invólucro “01”, indicado no item 4.1.1.1, terá **46cm de comprimento, 33cm de largura e 14cm de altura.**

4.1.1.3. Só será aceito Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado em invólucro padronizado fornecido obrigatoriamente pela Prefeitura, por meio da Comissão de Contratação, a pedido formal da licitante.

4.1.1.4. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela licitante, até o 3º dia útil anterior à data prevista para a reunião de abertura da licitação, no seguinte endereço, Rua Santos Dumont, nº 1146 – Farias Brito, Aracati-CE.

4.1.1.5. O invólucro “01” deverá ser entregue fechado, de acordo com as características padrões da caixa, sem lacre e sem rubrica.

4.1.1.6. Para preservar o sigilo, até a abertura do invólucro “02”, quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro “01” não poderá:

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

4.1.1.7. À exceção da Ideia Criativa, todas as demais partes do Plano de Comunicação Publicitária, tais como o Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverão ser elaboradas nos seguintes padrões:

- a) Em papel A4, branco, com 75 gr, orientação retrato;
- b) Espaçamento de 02 (dois) centímetros na margem esquerda e direita, a partir da borda;
- c) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d) Com textos justificados;
- e) Com espaçamento “simples” entre as linhas;
- f) Com texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, estilo “Normal”, cor “Automático” tamanho 12 (doze) pontos;
- g) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- h) Em caderno único, utilizando espiral plástico na cor preta, colocado à esquerda;
- i) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr, ambas em branco;
- j) Sem qualquer identificação da licitante.

4.1.1.8. Fica vedada a utilização de nomes nos personagens das peças corporificadas, do Plano de Comunicação Publicitária, em especial para evitar a identificação dos sócios ou empregados das agências participantes do certame, sob pena de desclassificação.

4.1.1.9. Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do Plano de Mídia e Não Mídia, poderão ser utilizadas as fontes tipográficas e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

4.1.1.10. As peças que integram a Ideia Criativa devem ter formatos compatíveis com suas características, devendo adequar-se ao tamanho do invólucro "01" (**46cm de comprimento, 33cm de largura e 14cm de altura**).

4.1.1.11. Os sub quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) Os gráficos e/ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) Os dados e informações dos quadros e/ou tabelas devem ser editados na fonte "Arial", estilo "Normal", cor "Automático", tamanho "10 (dez) pontos";
- c) As páginas referentes aos gráficos e/ou tabelas poderão ser impressos na orientação paisagem e apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 4.1.1.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4;

4.1.1.12 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação e descrição das peças publicitárias estão limitados no conjunto a 10 páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas usadas apenas para separar os textos desses sub quesitos.

4.1.2. INVÓLUCRO "02" - PROPOSTA TÉCNICA (IDENTIFICADA)

4.1.2.1. No Invólucro "02" deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, consistindo em: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, em consonância com o indicado no subitem 5.3, deste Edital.

4.1.2.2. O conteúdo indicado no subitem 5.3, deste Edital, exceto as peças que compõem a Ideia Criativa, deverá ser acondicionado em invólucro providenciado pela licitante, o qual poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura, devendo ser identificado conforme abaixo:

<p>INVÓLUCRO "02" PROPOSTA TÉCNICA – VIA IDENTIFICADA PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA NOME DA LICITANTE/CNPJ CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 00.001/2025-CP – Prefeitura Municipal de Aracati</p>

4.1.2.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

- a) Ter a identificação da licitante;
- b) Ser datado;
- c) Estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- d) Em papel A4, branco, com 75 gr/ orientação retrato;
- e) Espaçamento de 02 (dois) centímetros na margem esquerda e direita, a partir da borda;
- f) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- g) Com textos justificados;
- h) Com espaçamento "simples" entre as linhas;
- i) Com texto e numeração de páginas em fonte "Arial", estilo "Normal", cor "Automático" tamanho 12 (doze) pontos;
- j) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- l) Em caderno único, utilizando espiral plástico na cor preta, colocado à esquerda;
- m) Ter a identificação da Licitante;
- n) Ser datado;

k) 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.

4.1.2.4. Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do Plano de Mídia e Não Mídia, poderão ser utilizadas as fontes tipográficas e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

4.1.3. INVÓLUCRO “03” – PROPOSTA TÉCNICA

4.1.3.1. No invólucro “03” deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 5.4, 5.5 e 5.6 deste Edital.

4.1.3.2. O conteúdo indicado no subitem 5.3, deste Edital, deverá ser acondicionado em invólucro providenciado pela licitante, o qual poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura, devendo ser identificado conforme abaixo:

INVÓLUCRO “03” PROPOSTA TÉCNICA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE
PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
NOME DA LICITANTE/CNPJ
CONCORRÊNCIA Nº 00.001/2025-CP – Prefeitura Municipal de Aracati

4.1.3.3. O conteúdo do invólucro “03” deverá ser acondicionado em um único volume com dimensões conforme necessário, em virtude de sua própria característica.

4.1.3.4. O invólucro “03” não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro “02”.

4.1.4. INVÓLUCRO “04” - PROPOSTA DE PREÇO

4.1.4.1. Os documentos indicados nos subitens 8.2 e 8.3, deste Edital, deverão ser acondicionados em invólucro providenciado pela licitante, o qual poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura, devendo ser identificado conforme abaixo:

INVÓLUCRO “04” PROPOSTA DE PREÇOS
NOME DA LICITANTE/CNPJ
CONCORRÊNCIA Nº 00.001/2025-CP – Prefeitura Municipal de Aracati

4.2. As propostas e os documentos deverão ser redigidos em língua portuguesa, salvo quanto às expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

4.3. No ato da entrega dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preço, o representante da licitante apresentará à Comissão de Contratação, documento que o credencia a participar do presente certame, com seu documento de identidade com fé pública.

4.4. Quando a representação for exercida na forma de seus atos constitutivos, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente.

4.5. 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, constando, no mínimo, os poderes de representação, firmado pelo responsável legal da pessoa jurídica.

4.6. A licitante que não estiver devidamente representada nos termos descritos nos subitens acima não terá prejudicada a sua participação no certame, mas a pessoa que estiver no certame à sua ordem não terá voz ativa.

5. DA PROPOSTA TÉCNICA (INVÓLUCROS 01, 02 E 03)

5.1. A licitante deverá apresentar proposta técnica estruturada de acordo com os seguintes quesitos:

- a) Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não-Mídia);
- b) Capacidade de Atendimento;
- c) Repertório;
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

5.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser entregue completo e sem identificação da licitante no invólucro "01". O invólucro "02" deverá conter cópia identificada do Plano de Comunicação Publicitária encadernada, sem as peças. Os demais componentes da proposta técnica (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) deverão ser entregues no invólucro "03".

5.3. A licitante deverá apresentar Plano de Comunicação Publicitária elaborado com base no Briefing, constante no Anexo I, deste Edital, devendo o mesmo compreender os seguintes subquesitos:

5.3.1. Raciocínio Básico, que será consubstanciado em texto no qual a licitante apresentará:

- a) diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Aracati para enfrentar o desafio de comunicação;
- b) sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação a ser enfrentado e sobre os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing (Anexo I).

5.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária, texto em que a licitante:

- a) apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Aracati;
- b) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

5.3.3. Ideia Criativa: a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação, observadas as seguintes disposições:

- a) apresentar relação de peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 5.3.2, deste Edital, com comentários sobre cada peça e/ou material.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

5.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 5.3.3, deste Edital, estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

5.3.3.2. Os exemplos de peças:

- a) estão limitados a 7 (sete), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;
- b) podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça, e de "monstro" ou story-board animado para tv, cinema, internet e rádio.
- c) 'boneco' ou layout montado dos materiais de não mídia.

5.3.3.3. 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 *passé-partout*. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

5.3.3.4. Na elaboração de 'monstro' ou *layout* 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.

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

5.3.3.6. O 'monstro' ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD, PENDRIVE ou HD EXTERNO, executáveis em sistema operacional *Windows*.

5.3.3.7. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD, PENDRIVE ou HD EXTERNO) 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.

5.3.3.8. 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.

5.3.3.9. Para facilitar seu cotejo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet), de acordo com as seguintes orientações:

- a) texto em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
- b) nos casos de "monstro" ou *layout* eletrônico e de *storyboard* animado ou *animatic*, que deverão ser apresentados em CD, DVD, PENDRIVE ou HD EXTERNO, a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essas mídias devem ser apresentadas na condição original, somente com a marca do fabricante, conforme descrito anteriormente.

5.3.3.10. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 7 (**sete**), devem ser observadas as seguintes regras:

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

5.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia constituída de:

- a) texto em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas e gráficos) e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Aracati;
- b) simulação de plano de distribuição das peças de que trata o item 5.3.3, deste Edital, acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

b.1) As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas da simulação do plano de distribuição das peças poderão ser apresentadas em papel A3 branco dobrado.

5.3.4.1. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos, o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça, separadamente de mídia e não mídia.

5.3.4.1.1. Os valores ou custos indicados pelas licitantes que não correspondam aos efetivamente cobrados pelos veículos de comunicação, serão contabilizados como falha na elaboração da Estratégia de Mídia e Não Mídia, cabendo à Subcomissão Técnica diminuir a respectiva nota, nos termos do item a.4, "a", 6.3.1., deste Edital.

5.3.4.2. Em se tratando de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

5.3.4.3. Na simulação de que trata a alínea "b" do subitem 5.3.4:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do último 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 Artigo 11, da Lei nº 4.680/1965;
- d) deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

5.3.4.4. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

5.4. Capacidade de atendimento, textos nos quais a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da licitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de atuação; estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

5.5. Repertório, consubstanciado em apresentação, sob forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela licitante.

5.5.1. Poderão ser apresentadas até **5 (cinco) peças**, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas a partir de 2019.

5.5.2. Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos 01 (um) veículo/espaço que a divulgou/expôs.

5.5.3. O material em vídeo, os spots e/ou jingle, as peças de internet deverão ser fornecidos em CD, DVD, PENDRIVE ou HD EXTERNO; as peças gráficas impressas em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

5.5.4. As peças não podem se referir a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Aracati.

5.6. Os Relatos de Solução de Problemas de Comunicação deverão ser apresentados, em caderno específico, até 02 (dois) cases, relatando, em no máximo, 02 (duas) páginas cada, soluções de problemas de comunicação.

5.6.1. Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem se referir a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Aracati.

5.6.2. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até **03 (três)** peças e/ou material, independente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

- a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD, DVD, PENDRIVE ou HD EXTERNO, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou serem apresentados separadamente (soltos);
- b) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 5.6, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais;
 - b.1) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive serem apresentadas dobradas ou não;
- c) Para cada peça ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com dados técnicos de produção e/ou veiculação.

5.7 Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação Publicitária estão limitados a 10 (dez) páginas, ressalvada a relação das peças de que trata o subitem 5.3.3 "a" e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas "a" e "b" do subitem 5.3.4 não serão computados nesse limite de páginas.

5.8 A critério da Prefeitura Municipal de Aracati, a campanha publicitária da Proposta vencedora pode ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, quando da vigência do contrato.

6. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. As propostas técnicas serão analisadas por subcomissão técnica, prevista no item 7, deste Edital, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste instrumento convocatório e em seus anexos.

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

6.2.1 Plano de Comunicação Publicitária

6.2.1.1 Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da 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 pela contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

6.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- d) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- e) o alinhamento da campanha com a diversidade de mídias disponíveis no mercado.

6.2.1.3 Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza da 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, levando em conta a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa, considerando proposta visual, organização das informações no layout e multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.
- f) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento;

6.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

6.2.2 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 e a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da contratante;
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

6.2.3. Repertório:

- a) a ideia criativa, sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
 - b) a qualidade da produção, da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo.

6.2.4 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 relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.

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

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

a) Plano de Comunicação Publicitária – 65 (sessenta e cinco) pontos:

- a1) Raciocínio Básico – 10 (dez) pontos;
- a2) Estratégia de Comunicação Publicitária – 20 (vinte) pontos;
- a3) Ideia Criativa – 25 (vinte e cinco) pontos;
- a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 (dez) pontos;

b) Capacidade de Atendimento – 15 (quinze) pontos;

c) Repertório – 10 (dez) pontos;

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 (dez) pontos;

6.3.2. A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas dos membros da Subcomissão Técnica.

6.3.3. A nota de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

6.4. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) 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;
- c) não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- d) obtiver nota zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os itens 6.2.1.1 a 6.2.1.4 e 6.2.2 a 6.2.4, deste Edital.

6.5. Será considerada melhor classificada na fase do julgamento técnico a licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.

6.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da melhor classificada nesta fase, será assim considerada a licitante que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens 6.2.1 a 6.2.4, deste Edital.

6.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão de Contratação, cuja data será divulgada na forma do item 13, deste Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

7. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

7.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que tenham formação superior em, no mínimo, Comunicação, Publicidade ou Marketing ou, ainda, que atuem profissionalmente em uma das duas áreas, nos termos da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

7.1.1. 01 (um) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Aracati.

7.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes registrados por meio de Edital de Chamamento Público, em uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela Prefeitura.

7.2.1. A relação dos nomes referidos no subitem 7.2 deste Edital será publicada pela Comissão de Contratação, no Diário Oficial do Estado, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

7.2.2. O sorteio será processado pela Comissão de Contratação, com vistas a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura, nos termos dos subitens 7.1.1 e 7.2., deste Edital.

7.2.3. A relação prevista no subitem 7.2, deste Edital, conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Prefeitura.

7.2.4. **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 7.2, mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão, juridicamente fundamentada.**

7.2.5. De igual forma, o membro da referida Subcomissão deverá declarar-se suspeito ou impedido, imediatamente, sempre que constatar que participa do certame agência de publicidade e/ou projeto nos quais tenha trabalhado ou participado, em respeito aos princípios da impessoalidade e da transparência no julgamento das propostas, sob pena de responsabilidade, com fulcro na Lei Federal nº 14.133/2021.

7.2.5.1. A ausência de manifestação do membro teoricamente suspeito não impede que qualquer outro participante da Subcomissão, tendo conhecimento dos fatos, possa alegá-los, a qualquer tempo.

7.2.6. 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 7, deste Edital.

7.2.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 7.2, deste Edital.

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

7.2.7. 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 7.2.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

8. DA PROPOSTA DE PREÇOS (INVÓLUCRO 04)

8.1. A proposta de preços da licitante deverá ser:

- a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto à expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) elaborada em 02 (dois) documentos distintos, descritos nos subitens 8.2 e 8.3;
- c) datadas e assinadas nos documentos referidos nos subitens 8.2 e 8.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

8.3. A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

- a) Comprometer-se-á a evitar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Prefeitura as vantagens obtidas;
- b) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas neste instrumento e seus anexos.
- c) Declaração de que suas propostas econômicas compreendem 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 Art. 63, § 3º, da Lei 14.133/2021, sob pena de desclassificação.

8.3.1. O preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos Contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

8.3.2. Tratará da questão dos direitos autorais, estabelecendo:

8.3.2.1. A cessão, total e definitiva, dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade,

concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

8.3.2.2. O compromisso de em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a Prefeitura escolha uma das alternativas;

8.3.2.3. Que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado condicionará a contratação de serviços com terceiros pelo período indicado pela Prefeitura e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

8.3.2.4. O compromisso de, quando a Prefeitura optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

8.3.2.4.1. Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

8.3.2.4.2. Estabeleçam que a Prefeitura poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

8.3.2.5. Que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.

8.3.2.6. O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos 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;

8.3.2.7. O compromisso de fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

8.3.2.7.1. Serão entregues para a Prefeitura duas cópias, uma em HD Externo e outra em DVD, de todo o material produzido;

8.3.2.7.2. A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à Prefeitura que poderá, a seu juízo, utilizar referidos produtos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato a ser firmado e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que caiba à Prefeitura qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

8.3.2.7.3. A Prefeitura poderá reproduzir, de forma parcial ou integral, editar, adaptar o arranjo musical e quaisquer outras transformações, a tradução para qualquer idioma, a inclusão em fonograma ou produção audiovisual, veiculação, quando intrínseca ao contrato firmado pelo autor com terceiros para uso ou exploração da obra.

8.3.2.7.4. A remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

8.3.2.8. O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço para os direitos de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Prefeitura.

8.3.3. Garantir a transferência à Prefeitura de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

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

9. VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

9.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

9.2.1 Não atender às exigências deste Edital e de seus anexos, que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

9.2.2. Apresentar desconto inferior a 30% (Trinta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante.

9.2.3. Apresentar percentual de honorários superior a 10% (Dez por cento) referente à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

9.2.4. Apresentar percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.

9.2.5. Apresentar percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

9.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo III.

9.4 A Comissão de Contratação 03 atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários - Notas (N)		
Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará.	Percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros	Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros
$N = 0,125 \times (\text{Desconto} - 30)$	$N = 7,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$	$N = 7,0 \times (5,0 - \text{Honorários})$

Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos desconto e honorários serão substituídos nas fórmulas da coluna Notas pelas respectivas porcentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.

9.4.1. A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma das notas dos quesitos constantes da tabela referida no item 9.4.

9.4.2. A Proposta de Preços que obtiver o maior somatório das notas será considerada como a de menor preço, e servirá como referencial na negociação com a licitante melhor classificadas na fase de proposta técnica.

9.5. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente: o menor percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros; o menor percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros ou o maior percentual de desconto sobre os custos internos.

10. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

10.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços desta concorrência será realizado nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010 e dos Artigos 35 e 37 da Lei Federal nº 14.133/2021.

10.2. Será considerada vencedora a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, observado o disposto nos subitens 6.6 e 6.7, deste Edital, e que: a) apresentar o menor preço; ou

b) não tenha apresentado o menor preço mas concordar em reduzir o valor constante na sua proposta, tendo como referência, o limite apresentado pela proposta de menor preço, devendo serem observados os percentuais de desconto e de honorários da proposta de menor preço.

10.3. No caso de impasse na negociação prevista na alínea “b” do subitem 10.2, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais proponentes, pela ordem de classificação das propostas técnicas, até a consecução de acordo para a contratação.

11. ENTREGA, FORMA DE APRESENTAÇÃO E DO EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

11.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação, pela licitante classificada no julgamento final da Proposta Técnica e de Preço, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

11.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 11.8., deste Edital.

11.1.2. Os documentos deverão estar acondicionados no invólucro “05”, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO “05”

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

NOME DA LICITANTE/CNPJ

CONCORRÊNCIA Nº 00.001/2025-CP – Prefeitura Municipal de Aracati.

11.1.3. O invólucro “05” será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

11.1.4. Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados da seguinte forma:

a) Em originais ou publicação em Órgão Oficial, ou, ainda, por qualquer processo de cópia autenticada em Cartório. Somente serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

b) Dentro do prazo de validade, para aqueles cuja validade possa expirar. Na hipótese de o documento não conter expressamente o prazo de validade, deverá ser acompanhado de declaração ou regulamentação do órgão emissor que disponha acerca da validade do mesmo. Na ausência de referida declaração ou regulamentação, o documento será considerado válido pelo prazo de 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua emissão.

c) Em caderno único, rubricados, numerados sequencialmente, da primeira à última página, de modo a refletir o número exato de páginas.

d) A eventual falta de numeração ou numeração incorreta, poderá ser suprida por representante credenciado da licitante na sessão de abertura dos Documentos de Habilitação.

e) Os Documentos de Habilitação somente serão aceitos mediante cópias legíveis e que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

11.2. Para se habilitar a esta Concorrência, a licitante deverá apresentar a seguinte documentação:

11.2.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA

- a) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, acompanhados de todos os aditivos ou alterações, quando não consolidado, devidamente registrado no órgão competente, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, civis ou cooperativas, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;
- b) Registro comercial, no caso de empresário individual;
- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis;
- d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

11.2.2. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, conforme o caso, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, quanto aos Tributos Federais, Dívida Ativa da União (PGFN) e Seguridade Social, com base na Portaria Conjunta RFB/PGFN Nº 1.751 de 02/10/2014;
- d) Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;
- e) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;
- f) Prova de regularidade relativa ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;
- g) Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT ou positiva com efeitos de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943.
- h) Declaração de que, em cumprimento ao estabelecido na Lei nº 9.854, de 27/10/1999, publicada no DOU de 28/10/1999, e ao inciso XXXIII, do artigo 7º da Constituição Federal, não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, nem emprega menores de 16 (dezesesseis) anos em trabalho algum, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (catorze) anos, em conformidade com o inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021.
- i) Na forma do que dispõe o art. 42 da Lei Complementar nº 123 de 14.12.2006, a comprovação de regularidade fiscal e trabalhista das microempresas e empresas de pequeno porte somente será exigida para efeito de assinatura do contrato.
- j) Para efeito do disposto no subitem acima, as microempresas e empresas de pequeno porte, por ocasião da participação neste procedimento licitatório, deverão apresentar toda a documentação exigida para fins de comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição.
- k) Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista, será assegurado o prazo de **05 (cinco) dias úteis**, contado a partir do momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito.
- l) A não regularização da documentação, no prazo previsto no subitem anterior, implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na lei e neste edital, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, nos termos deste edital.

11.2.3. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

- a) Prova de Registro ou Inscrição no Sindicato das Agências de Publicidade e Propaganda de sua base territorial ou na Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Abap, nos termos da Lei nº 4.860/65.
- b) Certificado de Qualificação Técnica Concedido pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão, nos termos do Decreto nº 57.690/66.
- c) Apresentar pelo menos 01 (um) atestado ou certidão de capacidade técnica, comprovando aptidão da licitante para desempenho de atividade compatível com o objeto da licitação, assim entendido serviços de publicidade e propaganda.
- d) 6.5.1.1. Visando confirmar a veracidade das informações constantes do atestado, a Administração poderá realizar diligências requisitando documentos originais e/ou complementares destinados à instrução do processo.

11.2.4. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

- a) Certidão negativa de feitos sobre falência, recuperação judicial ou extrajudicial, dissolução ou liquidação, expedida pelo distribuidor da sede do licitante.
- b) No caso de o licitante se encontrar em recuperação judicial deverá comprovar a sua viabilidade econômica, mediante documento (certidão ou assemelhado) emitido pela instância judicial competente; ou concessão judicial da recuperação nos termos do art. 58 da Lei nº 11.101/2005. No caso de recuperação extrajudicial, a licitante deverá apresentar homologação do plano de recuperação extrajudicial, nos termos do art. 164, § 5º, da Lei nº 11.101/2005;
- c) A empresa em recuperação judicial/extrajudicial com recuperação judicial/plano de recuperação extrajudicial homologado deverá demonstrar os demais requisitos para habilitação econômico-financeira.
- d) Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais exigíveis, devidamente registrado na Junta Comercial ou outro órgão competente, na forma da lei.
- e) Caso a empresa licitante utilize o Sistema Público de Escrituração Digital (SPED), deverá apresentar o balanço patrimonial dos 2 (dois) últimos exercícios sociais exigíveis, considerando-se as disposições das Instruções Normativas da Receita Federal do Brasil.
- f) Comprovação da boa situação financeira atestada por profissional habilitado da área contábil, legalmente reconhecido junto ao Conselho Regional de Contabilidade da sede ou filial do licitante, que ateste o atendimento pelo licitante do índice econômico de liquidez geral (LG) maior ou igual a 1,00 (um vírgula zero), para os 02 (dois) últimos exercícios financeiros, calculada conforme a fórmula abaixo:

$$LG = \frac{AC + ARLP}{PC + PELP} \geq 1,0$$

$$PC + PELP$$

Onde:

- LG – Liquidez Geral;
AC – Ativo Circulante;
ARLP – Ativo Realizável a Longo Prazo;
PC – Passivo Circulante;
PELP – Passivo Exigível a Longo Prazo.

- g) As pessoas jurídicas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e ficarão autorizadas a substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura devidamente registrado na Junta Comercial ou outro órgão competente, na forma da lei, devendo ser assinado pelo titular ou representante legal da empresa e por contador habilitado.
- h) No caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos, o Balanço patrimonial, a demonstração de resultado de exercício e as demais demonstrações contábeis limitar-se-ão ao último exercício social exigível.
- i) Tratando-se de Sociedade Anônima, deverão ser apresentadas as Demonstrações Contábeis por meio de uma das seguintes formas: publicação em Diário Oficial, publicação em jornal de grande

circulação, ou ainda através de cópia das mesmas. Os demais tipos societários e o empresário individual deverão apresentar cópia do Balanço Patrimonial, registrado na Junta Comercial da sede da licitante ou em outro órgão equivalente.

j) Capital social ou patrimônio líquido mínimo equivalente a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.

k) Caso o licitante seja vencedor de mais de um lote, o montante do capital social mínimo ou patrimônio líquido deverá ser equivalente a 10 % (dez por cento) do somatório do valor estimado da contratação de todos os lotes arrematados.

11.2.5. OUTROS DOCUMENTOS

a) Declaração de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.

12. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

12.1. Serão realizadas 04 (quatro) 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 de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

12.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 4.3 deste Edital. (Credenciamento)

12.1.2. 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.

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

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

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

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

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

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

12.1.9. 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 Prefeitura providenciará sua destruição.

Primeira Sessão

12.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no **subitem 8.1** deste Edital; (credenciamento)

b) receber os Invólucros “01”, “02”, “03” e “04”;

c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

12.2.1. O Invólucro "01", com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Contratação se não:

- a) estiver identificado;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro "02";
- c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro "02".

12.2.1.1. Ante a ocorrência de quaisquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 12.2.1, a Comissão de Contratação não receberá o Invólucro "01", o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

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

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros "02" e "04", que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação, e separá-los dos Invólucros "01" e "03";
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros "01";
- c) abrir os Invólucros "03" e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Invólucros "01" e "03";
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 13 deste Edital.

12.2.2.1. A Comissão de Contratação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 12.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

12.2.2.2. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros "01" e "03", a Comissão de Contratação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.2.3. A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

12.2.4. Abertos os Invólucros "01" e "03", as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Contratação.

12.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 12.2.6 e seguintes.

12.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Contratação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 13, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 14.

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

- a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros "01", com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros "03", com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 6.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou sub quesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.2.6.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros "02".

12.2.7. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 12.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada sub quesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

Segunda Sessão

12.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros "01" e "03"), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 13 deste Edital, 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 "02";

c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro "01") com as vias identificadas (Invólucro "02") do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

f) executar o sorteio previsto no subitem 6.7, quando for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 13, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 14.

12.3.1. 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, se solicitado pela Comissão de Contratação.

Terceira Sessão

12.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 13 deste Edital, 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) abrir os Invólucros "04", com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros "04";
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) efetuar negociação com a licitante mais bem classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 14.133/21, art. 61, § 1º, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;
- h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
- i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 13 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 14.

Quarta Sessão

12.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 13 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros "05", cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros "05";
- e) informar o seguinte:
 - e1) o resultado da habilitação;
 - e2) que na ausência de algum representante legal, o resultado da habilitação será publicado na forma do item 13 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados;
 - e3) que será publicado na forma do item 13 deste Edital o nome da licitante vencedora 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.

13. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

13.1. A critério da Comissão de Contratação, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja a publicação no Sítio Eletrônico Oficial da Prefeitura do Aracati é obrigatória:

- a) nas reuniões de abertura de invólucros;
- b) no Sítio Eletrônico Oficial da Prefeitura de Aracati;
- c) em Jornal de Grande Circulação "O Povo";
- d) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

14. IMPUGNAÇÕES E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

14.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até **(03) três** dias úteis antes da data marcada para início do presente certame, no endereço constante do preâmbulo deste Edital.

14.2. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgada em sítio eletrônico oficial no prazo de até 03 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

14.3. Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de (03) três dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Comissão de Contratação, no endereço mencionado no preâmbulo deste Edital.

14.4. A intenção de interpor recurso deverá ser manifestada imediatamente a cada resultado proferido, sob pena de preclusão, e o prazo para apresentação das razões recursais previsto no subitem 14.3 será iniciado na data de intimação ou de lavratura da ata de habilitação ou inabilitação.

14.4.1. A apreciação dar-se-á em fase única.

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

14.6. Recebido(s) o(s) recurso(s), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Contratação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de (03) três dias úteis. Caso não reconsidere sua decisão, encaminhará o recurso devidamente instruído à autoridade superior da Prefeitura, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 10(dez) dias úteis, contados de seu recebimento.

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

14.7. 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.

14.8. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, na sala da Comissão de Contratação, em horário a ser indicado por esta Comissão.

14.9. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo.

15. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

15.1. A licitante vencedora terá o prazo de cinco dias úteis, contados a partir da convocação, para apresentar a garantia prevista no item 16.1 deste Edital e assinarem o termo de contrato, nos moldes da minuta constante no Anexo IV.

15.2. Caso a licitante vencedora se recuse a assinar o contrato no prazo acima estipulado, a Prefeitura poderá, a seu critério, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no Artigo 90 da Lei nº 14.133/2021.

15.3. Se a licitante vencedora se recusar a constituir a garantia contratual ou a assinar o contrato, a prefeitura lhes aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder aplicar-lhe outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

15.3.1. O disposto no item anterior não se aplica às Licitantes convocadas na forma do item 15.2.

15.4. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de doze meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

15.4.1. Esse prazo poderá ser prorrogado sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, a juízo da Prefeitura, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 108 da Lei nº 14.133/2021.

15.5. A Prefeitura poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, observado o contido na Cláusula Décima Quarta da sua minuta, constante no Anexo IV, deste Edital.

15.6. À contratada poderá ser aplicada as sanções e penalidades previstas na legislação aplicável e no contrato a ser firmado entre as partes.

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

15.8. Obrigam-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste Edital e do contrato que vier a ser assinado.

15.9. A contratada deverá prestar esclarecimentos, a Prefeitura, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam, independentemente de solicitação.

15.10. A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Concorrência, que envolvam o nome da Prefeitura, se houver expressa autorização desta.

15.11. É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente Concorrência para qualquer operação financeira sem prévia e expressa autorização da Prefeitura.

15.12. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta Concorrência.

15.13. A Prefeitura realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela contratada, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços praticada.

15.13.1. A avaliação semestral será considerada para aquilatar a necessidade de solicitar à contratada a que melhor a qualidade de serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o respectivo contrato; para fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

15.14. Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência e, quando for o caso, as Propostas de Preços com elas negociadas.

16. DA GARANTIA CONTRATUAL

16.1. Após a homologação do objeto do certame e até a data da contratação, a licitante vencedora deverá prestar garantia contratual correspondente a 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, em conformidade com o disposto no art. 96 e 98 da Lei Federal nº 14.133/2021, vedada à prestação de garantia através de Títulos da Dívida Agrária.

16.2. O prazo da garantia será igual ou superior ao prazo inicial do contrato, devendo ser renovada a cada prorrogação, observadas as regras legais.

16.3. A garantia prestada será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente, conforme dispõe o art. 100 da Lei Federal nº 14.133/2021.

16.4. A não prestação de garantia equivale à recusa injustificada para a contratação, caracterizando descumprimento total da obrigação assumida, ficando a adjudicatária sujeita às penalidades legalmente estabelecidas, inclusive multa.

16.5. Na ocorrência de acréscimo contratual de valor, deverá ser prestada garantia proporcional ao valor acrescido, nas mesmas condições estabelecidas no subitem 16.1. deste edital.

17. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

17.1. A remuneração a contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta do contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços.

17.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta do contrato, constante no Anexo IV, deste Edital.

18. DISPOSIÇÕES FINAIS

18.1. É facultada à Comissão de Contratação ou autoridade superior, 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 dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

18.2. A Comissão de Contratação poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta Concorrência.

18.3. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser inabilitada ou desclassificada se a Prefeitura tiver conhecimento de fato desabonador à sua habilitação ou classificação, conhecido após o julgamento.

18.4. Se ocorrer inabilitação ou desclassificação da licitante vencedora por fatos referidos no subitem anterior, a Prefeitura poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Concorrência.

18.5. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela Prefeitura.

18.6. 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.

18.7. A Comissão de Contratação poderá, no interesse da Prefeitura, relevar omissões puramente formais nos documentos e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão de Contratação.

18.8. Para fins desta Concorrência, o Briefing (Anexo I) atende às exigências do projeto básico a que se referem o art. 6º e o art. 18, inciso II, da Lei nº 14.133/2021.

18.9. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Prefeitura comunicará os fatos verificados à Procuradoria-Geral do Município do Aracati para as providências devidas.

18.10. 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 o autor às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I, do Capítulo II-B da Lei nº 14.133/2021.

18.11. Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

18.12. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão de Contratação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

18.13. 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.

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

18.15. Correrão por conta da Prefeitura as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada no Sítio Eletrônico Oficial e no Portal Nacional de Contratações Públicas, na forma prevista na Lei Nacional nº 14.133/2021.

18.16. As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de Aracati-CE, com a exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja salvo nos casos previstos no art. 102, inciso I, alínea “d”, da Constituição Federal.

18.17. A entrega de qualquer documento relativo à presente licitação, à exceção dos citados no preâmbulo deste Edital, deverá ser feita na Comissão de Especial de Licitação, no horário das **8h às 17h**, na Rua Santos Dumont, nº 1146, Farias Brito, Aracati-CE. Quaisquer esclarecimentos porventura necessários para o perfeito entendimento deste Edital deverão ser encaminhados à Comissão de Contratação por e-mail para o endereço licitacao@aracati.ce.gov.br, até 03 (três) dias úteis antes da data prevista para abertura das propostas.

18.18. É de responsabilidade da Licitante o acompanhamento do processo nas Páginas Oficiais da Prefeitura Municipal de Aracati, Portal das Licitações dos Municípios do Tribunal de Contas do Estado do Ceará e Portal Nacional de Contratações Públicas, até a data da realização da sessão pública de recebimento dos envelopes de documentação e propostas, tendo em vista que quaisquer esclarecimentos, referentes a este Edital, serão disponibilizados no referido endereço sem a identificação das consulentes.

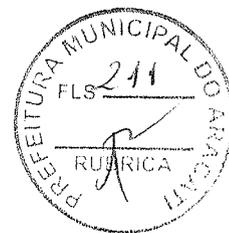
Aracati/CE, 30 de abril de 2025.



Júlio Neto Andrade Juca

CPF nº 125.582.018-75

Ordenador de Despesas da
Secretaria de Casa Civil



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 00.001/2025-CP

ANEXO I

BRIEFING

BRIEFING

O Município de Aracati torna pública a necessidade de contratação, por meio de processo licitatório, de 1 (uma) agência de propaganda para a prestação de serviços abrangentes e especializados em comunicação e publicidade. A agência contratada será responsável por todas as etapas do processo, desde o estudo e planejamento estratégico até a distribuição e supervisão da veiculação das campanhas, garantindo a efetiva comunicação com o público-alvo e a otimização dos recursos públicos investidos.

Os serviços a serem executados pela agência incluem:

- a) **Estudo e Planejamento:** Compreende a análise do cenário atual, definição de objetivos de comunicação, identificação do público-alvo, pesquisa de mercado e elaboração de estratégias de comunicação alinhadas com as necessidades do município.
- b) **Conceituação e Concepção:** Envolve o desenvolvimento de conceitos criativos e inovadores para as campanhas publicitárias, incluindo a criação de slogans, temas e mensagens-chave que transmitam a mensagem desejada de forma clara e impactante.
- c) **Criação:** Abrange a criação de peças publicitárias para diversos meios de comunicação, como: impressos (folders, cartazes, panfletos etc.), online (banners, posts para redes sociais, etc.), áudios (spots para rádio), vídeos (comerciais para TV e internet) e outros formatos relevantes.
- d) **Execução Interna:** Refere-se à criação interna de materiais e à gestão de projetos, garantindo o cumprimento dos prazos e a qualidade das entregas.
- e) **Distribuição de Publicidade aos Veículos e Demais Meios de Divulgação:** Consiste no envio das peças publicitárias para os diferentes canais de comunicação, acompanhamento da veiculação das peças publicitárias, monitorando a audiência, o impacto e a efetividade das campanhas.

A contratação de uma agência de propaganda qualificada é fundamental para o Município de Aracati alcançar seus objetivos de comunicação, promovendo ações e serviços públicos, informando a população e fortalecendo a imagem da administração municipal.

CONTEXTO GERAL

A economia de Aracati apresenta grande diversidade de setores que contribuem para o seu desenvolvimento. Essa pluralidade econômica traz dividendos ao município, que ganha fôlego para investir e promover mais bem-estar social e oportunidades para seus cidadãos.

Portanto, a Prefeitura tem o compromisso de atrair cada vez mais públicos e posicionar Aracati como um destino estratégico para diferentes propósitos.

O turismo é o mais reconhecido vetor de crescimento econômico e uma das principais fontes de renda do município, impulsionado por praias muito conhecidas no Ceará, no Brasil e no mundo, como

Canoa Quebrada. O município conta ainda com um belo acervo cultural e arquitetônico no Centro Histórico e boa oferta gastronômica e hoteleira, qualificando o segmento turístico aracatiense como um dos mais fortes do estado.

A agricultura e a carcinicultura (criação de camarões) também possuem papel relevante na economia local. O município é um produtor de destaque nacional, com atenção às práticas de sustentabilidade. A pesca artesanal também tem presença marcante na região. Além disso, o cultivo de caju, coco e mandioca são atividades importantes no setor primário. Já a pecuária, principalmente a criação de caprinos e ovinos, embora em menor escala, também reforça a diversidade da economia local. Neste sentido, há grande potencial para desenvolvimento com investimentos em melhoramento genético e técnicas de manejo.

Em outras frentes de desenvolvimento, atividades mais recentes em que Aracati tem conquistado destaque estão ligadas à instalação de parques eólicos, que representa uma importante fonte de renda para o município, além de contribuir para a matriz energética nacional; e também o mercado imobiliário, que tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos, impulsionado pelo turismo e pela busca por qualidade de vida. Há oportunidades para investimentos em diferentes segmentos, como imóveis residenciais, comerciais e turísticos.

Neste momento, o Município demonstra a necessidade de uma agência de propaganda para auxiliar na comunicação com a população, potenciais investidores e turistas, no intuito de divulgar ações, serviços e competências, além de contribuir para a promoção do desenvolvimento social, econômico e cultural de Aracati. A agência deverá considerar as particularidades do município, seus desafios e potencialidades, para desenvolver estratégias de comunicação eficazes e alinhadas com as necessidades da administração pública.

RESUMO HISTÓRICO

A história de Aracati se inicia no período pré-colonial, marcada pela presença dos indígenas Potiguara e um possível contato com europeus já em 1500, com o navegador espanhol Vicente Yáñez Pinzón. O nome "Aracati", de origem tupi, evoca a ideia de "ar bom, tempo bom" ou "clareza bonançosa".

A colonização efetiva começou por volta de 1680, com a chegada de colonos portugueses, pernambucanos e paraibanos à várzea do rio Jaguaribe. O povoado, inicialmente chamado Arraial de São José dos Barcos do Porto dos Barcos do Jaguaribe, prosperou com a criação de gado e o comércio de couros e peles, utilizando o rio como principal via de escoamento. Elevado à Vila de Santa Cruz do Aracati, o local viu a construção da Igreja Matriz de Nossa Senhora do Rosário por volta de 1700, e no século XVIII, o ciclo do charque intensificou a atividade econômica.

No século XIX, a história de Aracati continuou atrelada ao rio Jaguaribe e aos ciclos do charque e do algodão. Em 1842, Aracati ascendeu à categoria de cidade. No entanto, o assoreamento do porto prejudicou a economia, direcionando o escoamento para Fortaleza. Este período também foi palco do

nascimento de figuras ilustres como o abolicionista Dragão do Mar (Francisco José do Nascimento) e o escritor Adolfo Caminha.

Um importante capítulo na história de Aracati é a formação do povoado que daria origem a Canoa Quebrada. A Vila dos Esteves, uma comunidade de pescadores já existente no local, desempenhou papel fundamental nesse processo. A partir da década de 1970, a "descoberta" de Canoa Quebrada por cineastas e viajantes, atraídos pela beleza natural e estilo de vida alternativo, impulsionou o turismo na região. A presença da Vila dos Esteves e sua cultura tradicional contribuíram significativamente para a identidade única que Canoa Quebrada viria a adquirir.

No decorrer dos séculos XX e XXI, Aracati buscou diversificar sua economia, com ênfase na pesca, agricultura, carcinicultura, energia eólica e comércio. O centro histórico, com sua arquitetura colonial, foi reconhecido e tombado pelo IPHAN. A transformação de uma pequena comunidade, com a presença marcante da Vila dos Esteves, em um destino turístico internacional como Canoa Quebrada, marca um período importante na história recente de Aracati.

Em resumo, a história de Aracati é construída sobre heranças indígenas e coloniais, ciclos econômicos relevantes, figuras históricas notáveis e a transformação de um pequeno povoado, com a contribuição essencial da Vila dos Esteves, em um destino turístico de renome mundial, Canoa Quebrada.

A CAMPANHA PUBLICITÁRIA

OBJETIVO

Posicionar Aracati como um destino estratégico para investimentos e um local privilegiado para se viver, destacando seus diferenciais competitivos com foco na geração de emprego qualificado, renda e desenvolvimento sustentável.

Principais pontos:

Consolidar a imagem de Aracati: Como um polo de desenvolvimento econômico no litoral leste do Ceará, integrado às rotas turísticas e de investimentos estratégicos do Estado.

Evidenciar as potencialidades econômicas: Com ênfase nos setores de turismo (Canoa Quebrada e outras atrações), energias renováveis (eólica), carcinicultura e no crescente mercado imobiliário, apresentando dados concretos e cases de sucesso.

Demonstrar os investimentos em infraestrutura: Impulsionando o desenvolvimento de Aracati, as melhorias nas rodovias de acesso, a infraestrutura turística e os projetos de saneamento básico e urbanização, mostrando como esses investimentos melhoram a qualidade de vida e criam um ambiente favorável aos negócios.

Fomentar parcerias estratégicas: Entre o setor público e a iniciativa privada para o desenvolvimento de projetos inovadores e sustentáveis em Aracati, com foco na geração de valor compartilhado para a comunidade e os investidores.

Valorizar o capital humano: Destacando a qualificação da mão de obra local e as oportunidades de formação profissional e técnica, alinhadas com as demandas dos setores econômicos em crescimento no município.

Divulgar incentivos: No intuito de atrair novos investimentos e estimular o desenvolvimento econômico local, criando um ambiente de negócios favorável.

Promover a inclusão social e profissional: De pessoas com deficiência e outros grupos vulneráveis, criando oportunidades no mercado de trabalho de Aracati.

A licitante deve sugerir um plano de mídia que contemple meio tradicionais e digitais, sendo permitida a utilização de trading desks.

As tabelas dos veículos utilizados na Estratégia de Mídia e não Mídia, devem ser as tabelas válidas na data de publicação do edital.

Público alvo: Poderes Públicos, Imprensa, Empresariados e turistas potenciais (do Estado do Ceará).

Verba Referencial para a campanha (exercício): R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

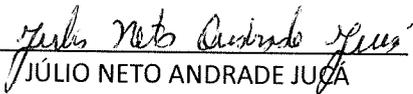
Praça de veiculação: Estado do Ceará.

Recursos próprios: site institucional: www.aracati.ce.gov.br,
@prefeituroaracatioficial, Facebook: prefeituroaracati

instagram:

Marca da gestão: Logo do Município.

Período da Campanha: 30 (trinta) dias.


JÚLIO NETO ANDRADE JÚNIOR
CPF nº 125.582.018-75
Ordenador de Despesas da
Secretaria de Casa Civil