



**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 00.001/2025-CP**

**ANEXO II**

**PROJETO BÁSICO**

## PROJETO BÁSICO CONSOLIDADO

### PROJETO BÁSICO CONSOLIDADO PARA A CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA.

#### **1. INFORMAÇÕES GERAIS**

---

##### 1.1. Unidades Administrativas:

Secretaria da Casa Civil;  
Secretaria da Educação;

##### 1.2. Natureza do Objeto

Serviços especiais de publicidade e propaganda institucional, definidos pela Lei Nacional nº 12.232 de 29 de abril de 2010.

##### 1.3. Natureza do Contrato

O contrato oriundo deste instrumento possui natureza continuada, podendo ser prorrogado nos termos da Lei Nacional nº 14.133 de 1 de abril de 2021.

#### **2. DO OBJETO E DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

---

2.1. O Objeto da contratação compreende 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;

2.2. O preço estimado para a presente contratação é de R\$ 2.500.000,00 (*dois milhões e quinhentos mil reais*), valor calculado com base em contratações anteriormente realizadas por esta entidade, conforme item 8 do Estudo Técnico Preliminar;

2.3. A necessidade da contratação encontra-se pormenorizada no item 3 do Estudo Técnico Preliminar.

#### **3. DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO E DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

---

##### **3.1. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO**

3.1.1. A solução proposta para atender à necessidade pública identificada consiste na contratação de uma agência de publicidade e propaganda, com estrutura técnica e operacional adequada para prestar, de forma contínua e integrada, serviços especializados de comunicação institucional e publicitária. A contratação deve observar o regramento específico disposto na Lei nº 12.232/2010, que disciplina a contratação desses serviços no âmbito da Administração Pública;

3.1.2. A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada no item 9 do Estudo Técnico Preliminar.

##### **3.2. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

3.2.1. Para que a necessidade pública relacionada à comunicação e publicidade institucional do Município de Aracati seja atendida de forma eficaz, transparente e conforme os princípios que regem a Administração Pública, a contratação deve observar os seguintes requisitos essenciais:

- a) Capacidade técnica e operacional da futura contratada para planejar, coordenar e executar atividades de comunicação institucional de forma integrada, com qualidade e aderência aos objetivos da Administração.



- b) Equipe profissional qualificada, composta por especialistas nas áreas de atendimento, planejamento, criação e mídia, com atuação compatível com a complexidade das ações a serem realizadas.
- c) Infraestrutura física e tecnológica compatível com a prestação contínua e eficiente dos serviços, devendo estar localizada em Aracati ou Fortaleza/CE, para garantir o atendimento tempestivo às demandas do Município.
- d) Capacidade de atender com presteza às solicitações da Administração, observando prazos definidos e padrões de qualidade previamente acordados.
- e) Conformidade com a legislação vigente, especialmente a Lei nº 12.232/2010, no que se refere às normas específicas aplicáveis à contratação de serviços de publicidade por órgãos públicos.
- f) Transparência na formação dos preços, mediante apresentação de cotações obtidas no mercado, com documentação de respaldo, garantindo a compatibilidade com os valores praticados no setor e o respeito ao princípio da economicidade.
- g) Compromisso com a ética e responsabilidade na condução das ações publicitárias, incluindo o zelo pela imagem institucional da Administração Pública e o cumprimento das obrigações fiscais, trabalhistas e previdenciárias.
- h) Manutenção das condições de habilitação durante toda a vigência do contrato, incluindo regularidade fiscal e trabalhista, estrutura organizacional adequada e idoneidade técnica e jurídica.

#### 4. DA MODALIDADE, DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO E DO REGIME DE EXECUÇÃO

Importante trazer à colação, inicialmente, o conceito de Concorrência adotado na Lei nº 14.133/2021:

Art. 6º Para os fins desta Lei, consideram-se:

[...]

XXXVIII - **concorrência: modalidade de licitação para contratação de bens e serviços especiais** e de obras e serviços comuns e especiais de engenharia, cujo critério de julgamento poderá ser:

[...]

b) melhor técnica ou conteúdo artístico;

Art. 29. A concorrência e o pregão **seguem o rito procedimental comum** a que se refere o art. 17 desta Lei [...]

O inciso XIV do art. 6º da NLLC, por sua vez, traz a definição de bens e serviços especiais para os quais pode ser adotada a modalidade concorrência. Veja-se:

XIV - **bens e serviços especiais**: aqueles que, por sua alta heterogeneidade ou complexidade, não podem ser descritos na forma do inciso XIII do caput deste artigo, exigida justificativa prévia do contratante;

Considerando que o objeto licitado visa a prestação de serviços especiais que, por sua alta complexidade, não podem ser descritos na forma do inciso XIII, caput, do Art. 6º, sua classificação enquadra-se na definição de **SERVIÇOS ESPECIAIS**, sendo, portanto, factível a utilização da modalidade concorrência no caso em apreço.

Corroborando com o exposto acima, segue a determinação legal disposta no art. 5º da Lei nº 12.232/2010, a seguir transcrito:



Art. 5º As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

Destarte, a modalidade imposta legalmente para esta contratação é a Concorrência, nos termos do art. 28, inciso II da Lei nº 14.133/2021, em conjunto com o art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que determina a obrigatoriedade da modalidade concorrência para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

#### 4.2. CRITÉRIO DE JULGAMENTO

4.2.1. O critério de julgamento adotado é o de melhor técnica, nos termos do art. 5º da Lei nº 12.232/2010 c/c art. 28, II da Lei nº 14.133/2021.

#### 4.4. DO REGIME DE EXECUÇÃO

4.4.1. No caso em apreço, o regime de execução é o de EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL, tendo em vista que a contratação dos serviços dar-se-á por preço certo e total.

#### 5. DO CONTRATO

5.1. O(s) contrato(s) oriundo(s) desta licitação produzirá(ão) seus jurídicos e legais efeitos a partir da data de assinatura do Instrumento Contratual e vigorará(ão), inicialmente, pelo prazo de 12 (doze) meses, com possibilidade de prorrogação, e deverão ser observadas, no momento da contratação e a cada exercício financeiro, a disponibilidade de créditos orçamentários.

5.1.1. Antes de formalizar ou prorrogar o prazo de vigência do contrato, a Administração deverá verificar a regularidade fiscal do contratado, consultar o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e o Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), emitir as certidões negativas de inidoneidade, de impedimento e de débitos trabalhistas e juntá-las ao respectivo processo.

5.2. O prestador de serviços terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contado a partir da convocação, para assinar o contrato. Este prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pelo interessado durante o seu transcurso e desde que ocorra justo motivo aceito pelo Município de Aracati/CE.

5.2.1. A recusa injustificada ou a carência de justo motivo do fornecedor para deixar de assinar o contrato no prazo estabelecido, sujeitará a licitante à perda do direito a contratação e à aplicação das penalidades previstas neste instrumento e implicará na imediata perda da garantia da proposta em favor do órgão ou entidade licitante.

5.3. O contrato poderá ser alterado em conformidade com o disposto no Capítulo VII do Título III da Lei nº 14.133/2021.

5.4. Não será admitida a subcontratação dos serviços.

#### 6. DOS DIREITOS AUTORAIS

10.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluindo estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste Contrato, não cabendo remuneração adicional ou especial, mesmo depois de encerrada a vigência deste Contrato.

10.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas neste contrato.

10.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.



10.1.3. A critério da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes da estrutura do Poder Executivo Municipal, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.2. Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará de cada terceiro 02 (dois) orçamentos para execução do serviço, 01 (um) de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a CONTRATANTE escolha uma das opções.

10.2.1. Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA condicionará a contratação do serviço por período indicado pela CONTRATANTE e utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

10.2.2. Quando a CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a CONTRATADA se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros - para a produção de peças e de campanhas e a prestação de outros serviços - cláusulas escritas que:

a) 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, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilha sonora, as matrizes e os demais trabalhos assemelhados.

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

10.3. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão - definitiva ou por tempo limitado - será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, 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.

10.5. A CONTRATADA se compromete a 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 de som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

a) Que à CONTRATANTE serão entregues duas cópias, uma em BETACAM ou similar editável e a outra digitalizada, de todo material bruto produzido.

b) Que a CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar a cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

c) Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.6. A CONTRATANTE será a única e exclusiva proprietária dos resultados oriundos do cumprimento do presente contrato, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

10.7. É garantido à CONTRATANTE o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual, respeitados os direitos garantidos à CONTRATADA ou a terceiros, antes da assinatura do presente contrato.

10.8. Fica garantida à CONTRATANTE a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos, inclusive do uso e da exploração econômica sobre os resultados decorrentes da execução do objeto contratual, que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor.

10.9. A CONTRATANTE, a seu critério, poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes do Poder Executivo Municipal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos das peças.



## **7. DA GESTÃO DO CONTRATO**

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

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

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

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

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

7.6. A Gestão do Contrato será exercida pelo Secretário (a) da respectiva Pasta ou quem este designar, o qual deverá exercer em toda sua plenitude a ação de que trata a Lei nº 14.133/2021.

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

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

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

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

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

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

## **8. DA FISCALIZAÇÃO**

8.1. A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada por servidor devidamente designado para este fim, o qual deverá exercer em toda a sua plenitude a ação de que trata o art. 117 da Lei Nacional nº 14.133/2021.

8.2. A fiscalização será exercida pela Secretaria Contratante. Todos os problemas advindos da execução do contrato serão tratados inicialmente com a Fiscalização e, posteriormente, se não houver solução compatível, com o (a) Secretário(a).



8.3. A Contratada deverá se limitar ao fornecimento especificado no Contrato e nas ordens de compras/autorização de fornecimento, sob pena de executar e não receber.

8.4. O representante da PMA anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução do contrato, determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados.

8.5. As decisões e providências que ultrapassarem a competência do representante deverão ser solicitadas aos seus superiores em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes.

8.6. A aceitação dos itens fornecidos pela fiscalização não exime o contratado de suas responsabilidades técnicas e civis.

## **9. DO REAJUSTE E DO REEQUILÍBRIO ECONÔMICO E FINANCEIRO DO CONTRATO**

9.1. Os preços inicialmente contratados são fixos e irremovíveis no prazo de um ano contado da data do orçamento.

9.2. Após o interregno de um ano, os preços contratados serão reajustados, independentemente de solicitação do contratado, com base na variação do índice IGP-M – Índice Geral de Preços do Mercado, divulgado pela Fundação Getúlio Vargas – FGV, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

9.3. A aplicação do reajuste se fará a partir do 13º mês a contar da data do contrato, sendo que o seu valor percentual (calculado com a aplicação da fórmula abaixo) se manterá fixo por 12 meses, e assim sucessivamente a cada 12 meses.

9.4. No caso de atraso ou não divulgação do índice de reajustamento, o contratante pagará ao contratado a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja divulgado o índice definitivo.

9.4.1. Fica o Contratado obrigado a apresentar memória de cálculo referente ao reajustamento de preços do valor remanescente, sempre que este ocorrer.

9.5. Nas aferições finais, o índice utilizado para reajuste será, obrigatoriamente, o definitivo.

9.6. Caso o índice estabelecido para reajustamento venha a ser extinto ou de qualquer forma não possa mais ser utilizado, será adotado, em substituição, o(s) que vier(em) a ser determinado(s) pela legislação então em vigor e, na ausência de previsão legal quanto ao índice a ser adotado em substituição ao índice extinto, as partes elegerão novo índice oficial para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

9.7. O reajuste será realizado por apostilamento.

9.8. No cálculo dos reajustes se utilizará a seguinte fórmula:

$$R = V \left[ \frac{I - I_0}{I_0} \right], \text{ onde:}$$

R = Valor do reajuste procurado;

V = Valor contratual a ser reajustado;

$I_0$  = Índice inicial – correspondente ao mês do orçamento;

I = Índice final – correspondente ao mês de aniversário anual do contrato.

9.9. Poderá ser restabelecido o equilíbrio econômico-financeiro inicial do contrato em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe ou em decorrência de fatos imprevisíveis ou previsíveis de consequências incalculáveis, que inviabilizem a execução do contrato tal como pactuado, respeitada, em qualquer caso, a repartição objetiva de risco estabelecida no contrato, nos termos do Art. 124, Inciso II, alínea “d” da Lei 14.133/2021, devendo ser formalizado através de ato administrativo.



9.9.1. A Administração deverá se manifestar sobre o pedido de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro, no prazo de até 15 (quinze) dias, a contar da data do pedido.

9.9.2. O reequilíbrio econômico-financeiro será realizado por Termo Aditivo.

## **10. DO RECEBIMENTO, DOS PRAZOS E DOS PAGAMENTOS**

### **10.1. DO RECEBIMENTO DO OBJETO**

10.1.1. A fiscalização e o recebimento do objeto serão feitos por servidor designado pela Secretaria para este fim.

10.1.2. A aceitabilidade do objeto deverá ser avaliada pela fiscalização e estará condicionada à correta execução e ao acompanhamento e atestação das exigências contratuais pela fiscalização e à proposta adjudicada.

10.1.3. O objeto deste Contrato será recebido:

a) **Provisoriamente**, de forma sumária, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, no prazo de 05 (cinco) dias, a contar da efetiva execução dos serviços.

b) **Definitivamente**, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais, no prazo de 30 (trinta) dias, a contar do recebimento provisório.

10.1.4. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil nem a responsabilidade ético-profissional da contratada pela perfeita execução do contrato, nos limites estabelecidos pela lei ou pelo contrato.

### **10.2. DA ORDEM DE SERVIÇO**

10.2.1. Os serviços contratados serão iniciados mediante expedição de ORDENS DE SERVIÇO, por parte da administração ao licitante vencedor, que indicará a data de início dos serviços, de acordo com a conveniência e oportunidade administrativa, a necessidade e disponibilidade financeira da Contratante.

### **10.3. DO PRAZO E LOCAL DA EXECUÇÃO**

10.3.1. Os serviços contratados deverão ser iniciados em até 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento da Ordem de Serviços, no local definido pelo órgão contratante.

10.3.2. Para os serviços objeto deste certame, deverá ser emitida fatura e nota fiscal em nome do Município de Aracati/CE.

10.3.3. As informações necessárias para emissão da fatura e nota fiscal deverão ser requeridas junta ao órgão contratante.

10.3.4. No caso de constatação da inadequação dos serviços às normas e exigências especificadas neste instrumento e na proposta de preços vencedora a Administração os recusará, devendo ser de imediato adequados às supracitadas condições, sob pena de aplicação das penalidades cabíveis, na forma da lei e deste instrumento.

10.3.5. Os prazos de início de etapas de execução, de conclusão e de entrega admitem prorrogação, desde que devidamente justificada por escrito e previamente autorizada pela Secretaria.

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

10.3.7. As prorrogações de prazo serão concedidas somente mediante justificativa, permissivo legal e conveniência, atestados pelo Município de Aracati/CE.

### **10.4. DA LIQUIDAÇÃO**



10.4.1. A Administração fará a liquidação da despesa, no prazo de até 30 (trinta) dias, a contar da efetiva execução dos serviços e encaminhamento das respectivas notas fiscais/faturas devidamente atestadas pelo gestor da despesa.

## 10.5. DA REMUNERAÇÃO E DO PAGAMENTO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

8.1.1. (Percentual de desconto) sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará.

8.1.2. (Percentual de honorários) referentes à produção de peças e de materiais decorrentes do estudo ou de criação intelectual da agência contratada e sob sua supervisão cuja distribuição não proporcione à Licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

8.1.3. (Percentual de honorários) incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.

8.2. Em relação aos direitos autorais:

8.2.1. À atores e modelos, em relação ao cachê original, pelos direitos de uso de imagem e de som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, a CONTRATANTE pagará no máximo 50% do valor contratado.

8.2.2. Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, a CONTRATANTE pagará no máximo 50% do valor contratado.

8.2.3. Em relação aos subitens 8.2.1. e 8.2.2.:

8.2.3.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado, mediante aplicação do Índice de Preços ao Consumidor Ampliado – IPCA (IBGE), desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

8.2.3.2. Quando da reutilização de peças por período inferior ao inicialmente contratado, o limite máximo que a CONTRATANTE se propõe a pagar será obtido dividindo-se o valor total originalmente pago pelo número de meses contratados, para em seguida, multiplicar-se o valor correspondente a um mês pelo número de meses que será renovado.

8.2.3.3. A CONTRATADA se compromete a sempre negociar as melhores condições de preço.

8.3. A CONTRATADA não fará jus:

8.3.1. Às despesas com deslocamento (passagens aéreas e terrestres, hospedagens, alimentação) de seus profissionais ou de seus representantes.

8.3.2. À honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por terceiros, referentes à produção de peças e de materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

3.4.3. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência – à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois – concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11, da Lei nº 4.680/65, e com o art. 11, do Decreto nº 57.690/66.

10.5.1. O pagamento será feito após a liquidação, na proporção da execução dos serviços, segundo as ordens de serviços expedidas pela Administração, de conformidade com as notas fiscais/faturas devidamente atestadas pelo gestor da despesa, e encaminhamento das certidões federais, estaduais e municipais, CRF FGTS e CND trabalhista da empresa contratada, todas atualizadas, observadas as condições da proposta, através de crédito na conta bancária do fornecedor.



10.5.1. Nenhum pagamento isentará a CONTRATADA das suas responsabilidades contratuais, nem implicará na aprovação definitiva dos serviços executados, total ou parcialmente.

10.5.2. Ocorrendo erro na fatura ou outra circunstância que desaconselhe o pagamento, a CONTRATADA será cientificada, a fim de que tome providências.

10.5.3. Poderá a CONTRATANTE sustar o pagamento da CONTRATADA nos seguintes casos:

- a) quando a CONTRATADA deixar de recolher multas a que estiver sujeita, dentro do prazo fixado;
- b) quando a CONTRATADA assumir obrigações em geral para com terceiros, que possam de qualquer forma prejudicar a CONTRATANTE;
- c) inadimplência da CONTRATADA na execução do contrato.

## **11. DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES**

### **11.1. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

11.1.1. A contratada deverá executar o contrato nos locais e prazos estipulados pelo Município de Aracati e rigorosamente de acordo com as especificações estabelecidas neste instrumento e seus anexos e na proposta vencedora, sendo que a não observância destas condições implicará na não aceitação dos mesmos, sem que caiba qualquer tipo de reclamação ou indenização por parte da contratada.

11.1.2. A Contratada deve cumprir todas as obrigações constantes deste instrumento e seus anexos, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto;

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

11.1.4. Realizar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos de comunicação e divulgação, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

11.1.4.1. Não será admitida a subcontratação de agência de publicidade e propaganda, para execução dos serviços objeto deste contrato, conforme disposto em sua Cláusula Segunda, tais como planejamento, estudo, criação e concepção.

11.1.4.1.1. As CONTRATADAS poderão contratar terceiros para a execução, produção e distribuição de campanhas e de peças publicitárias.

11.1.5. Comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data de assinatura deste instrumento, que possui, estrutura completa (infraestrutura, recursos humanos e materiais) para o atendimento da CONTRATANTE, compatível com o volume e com a característica dos serviços a serem prestados. No tocante aos recursos humanos que ficarão exclusivamente a disposição da CONTRATANTE em Fortaleza, deverá ser representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- a) profissional na área de atendimento;
- b) profissional na área de planejamento;
- c) profissionais na área de criação;
- d) profissional na área de mídia.

11.1.5.1. A CONTRATADA se compromete a centralizar em Aracati ou Fortaleza/CE o comando da publicidade e marketing da CONTRATANTE.

11.1.5.2. A CONTRATADA, a seu critério, poderá utilizar-se da matriz ou de seus escritórios ou filiais em outras Unidades da Federação para serviços de planejamento, estudo e criação/concepção que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

11.1.5.3. A CONTRATADA se compromete a utilizar os profissionais indicados na Proposta Técnica, da Concorrência que deu origem a este Contrato, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.



11.1.5.4. A CONTRATADA manterá, à frente dos serviços, um representante credenciado (por escrito), o qual será responsável pela direção dos serviços contratados e representará a CONTRATADA perante a CONTRATANTE.

11.1.5.5. A infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato deverão ser comprovados mediante apresentação do título constitutivo de posse ou de propriedade da CONTRATADA (contrato de locação, de comodato, de doação, de cessão de direitos ou escritura pública) e dos respectivos documentos contábeis que comprovem a propriedade dos mesmos por parte da CONTRATANTE.

11.1.6. Cumprir os prazos de execução dos serviços no desenvolvimento de cada ação, conforme as condições estabelecidas entre as partes, sob pena de aplicação das penalidades cabíveis.

11.1.7. Apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações de preços obtidas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido. Quando não for possível obter o mínimo de 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá justificar o fato, por escrito, sujeito à aceitação pela CONTRATANTE. O valor dos serviços será orçado pela contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e serão submetidos à apreciação da CONTRATANTE que decidirá quanto à sua aprovação.

11.1.7.1. As cotações de preços deverão ser elaboradas em papel timbrado e conter, no mínimo, as seguintes informações:

- a) Razão Social;
- b) CNPJ;
- c) Endereço completo;
- d) Telefone, fax e e-mail para contato;
- e) Descrição detalhada do produto ou serviço cotado, quantidade, preço unitário e preço total;
- f) Local e data de emissão;
- g) Nome por extenso, assinatura, cargo e função de seu representante;
- h) Anexar o orçamento do fornecedor da cotação do preço devidamente assinado.

11.1.7.2. É facultado à CONTRATANTE sempre que achar necessário exigir que as cotações de preços apresentadas pelo CONTRATADO estejam acompanhadas dos seguintes documentos:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ/MF;
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativa ao domicílio ou à sede do terceiro, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da cotação;
- c) Prova de regularidade para com:
  - c.1.) Fazenda Federal (Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União);
  - c.2.) Fazenda Estadual;
  - c.3.) Fazenda Municipal;
  - c.4.) INSS – Certidão Negativa de Débito/INSS;
  - c.5.) FGTS – Certificado de Regularidade do FGTS;
  - c.6.) Trabalhista – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas.

11.1.7.3. É facultado à CONTRATANTE realizar cotação de preço junto a outros fornecedores, observadas as mesmas especificações e as mesmas condições de cotação utilizadas pela CONTRATADA.

11.1.7.4. Todas as cotações formarão uma única base, da qual será escolhida e contratada a cotação de menor preço e/ou a de maior vantagem para a CONTRATANTE.

11.1.8. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições de preços nas negociações junto a fornecedores e veículos de comunicação e divulgação e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas.

11.1.9. Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempos e ou espaços publicitários diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e



as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de comunicação e divulgação.

11.1.9.1 O disposto no item 11.1.9. não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de comunicação e divulgação à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

11.1.10. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 6.2.1. e 6.2.2., da Cláusula Oitava, para os direitos autorais de imagem e de som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

11.1.11. Obter da CONTRATANTE anuência prévia e por escrito de tudo o que vier a ser realizado por terceiros, responsabilizando-se pela boa execução dos serviços, seja qual for a forma de execução das atividades relacionadas ao objeto deste Contrato.

11.1.12. Ser responsável por orientar a produção dos materiais e das peças gráficas e eletrônicas, aprovadas pela CONTRATANTE, atestando a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

11.1.13. Conferir (checking) os mapas de veiculação, fornecidos pelos veículos de comunicação, podendo valer-se de instrumentos verificadores de veiculação que se prestem a esse fim.

11.1.14. Entregar, como comprovante de peça(s) produzida(s), exemplar(es) para arquivo, conforme quantidade a ser definida pela CONTRATANTE para cada tipo de item.

11.1.15. Fornecer à CONTRATANTE, sempre que solicitado, um caderno em formato A4, contendo o resumo da ação (produção e veiculação da campanha publicitária).

11.1.16. Produzir e entregar ao final de cada ano ou ao final da vigência deste contrato, o que ocorrer primeiro, em CD ou em DVD ou outro meio magnético adequado, portfólio dos trabalhos que realizou para a CONTRATANTE.

11.1.17. Produzir, após a aprovação do serviço pela CONTRATANTE, uma cópia BETACAM ou similar editável e uma em DVD ou outro meio magnético adequado de cada filme para TV; uma cópia, em DVD ou outro meio magnético adequado, de spots e jingles de rádio, de peças de internet, de anúncios para revistas ou para jornais e demais peças impressas. Além disso, fará a digitalização de todas as peças produzidas e encaminhará todo este material à CONTRATANTE, no prazo de até 10 (dez) dias úteis, a contar de sua finalização, conforme o serviço realizado pela contratada.

11.1.18. Registrar em Relatórios semanais, as demandas recebidas e as atividades realizadas pela CONTRATADA em relação a cada uma das ações em desenvolvimento, os Briefings e as reuniões subsequentes para o desenvolvimento de cada ação. Os relatórios semanais deverão ser assinados e enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE no dia acordado entre as partes. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento dos respectivos relatórios.

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

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

11.1.21. Não utilizar o presente Contrato em qualquer operação financeira.

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

11.1.23. Cumprir a legislação trabalhista e previdenciária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de terceiros contratados.



- 11.1.24. Assumir, com exclusividade, todos os tributos que forem devidos em decorrência do objeto deste Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 11.1.25. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- 11.1.26. Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 11.1.27. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e com a própria CONTRATANTE.
- 11.1.28. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este Contrato.
- 11.1.29. Exigir de terceiros em casos de contratação para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, as mesmas condições do presente contrato, inclusive a regularidade fiscal prevista no Art. 68 da Lei nº 14.133/2021.
- 11.1.30. Responder perante a CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.
- 11.1.31. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou de erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou em perda de descontos para a CONTRATANTE.
- 11.1.32. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como se obrigar por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhes venham a ser atribuída por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.
- 11.1.33. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
- 11.1.34. Responder por qualquer ação, de qualquer natureza, em âmbito administrativo, ou ação judicial, movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.
- 11.1.35. As responsabilidades imputadas à CONTRATADA, por prejuízos decorrentes de ações delitivas perpetradas contra a CONTRATANTE, não cessam com a rescisão deste contrato.
- 11.1.36. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado deste Contrato previsto na Cláusula Quarta, facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes, devidamente comprovado.
- 11.1.37. Manter acervo probatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, durante o período mínimo de 05 (cinco) anos após a extinção do presente Contrato.

## 11.2. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

- 11.2.1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo Contratado;
- 11.2.2. Indicar o local e horário em que deverão ser prestado os serviços;
- 11.2.3. Permitir ao pessoal da CONTRATADA o acesso ao local da entrega, desde que observadas as normas de segurança;
- 11.2.4. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas neste instrumento;



- 11.2.5. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações assumidas pelo Contratado;
- 11.2.6. Notificar o Contratado por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas no curso da execução do contrato, fixando prazo para a sua correção, certificando-se de que as soluções por ele propostas sejam as mais adequadas;
- 11.2.7. Notificar o Contratado, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto fornecido, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas;
- 11.2.8. Efetuar o pagamento ao Contratado do valor correspondente ao fornecimento, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente instrumento;
- 11.2.9. Aplicar ao Contratado as sanções previstas na lei e neste instrumento;
- 11.2.10. Responder todas as solicitações do Contratado relacionadas à execução do contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste;
- 11.2.11. Disponibilizar as informações necessárias para o desenvolvimento do objeto do contrato.

## **12. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS**

### **12.1. FORMA DE APRESENTAÇÃO E REPRESENTAÇÃO**

- 12.1.1. 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;
- 12.1.2. 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;
- 12.1.3. 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;
- 12.1.4. 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;
- 12.1.5. 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;
- 12.1.6. 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:

### **12.2. PROPOSTAS TÉCNICAS**

#### **12.2.1. INVÓLUCRO "01" - PROPOSTA TÉCNICA (APÓCRIFA)**

- 12.2.1.1. 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.
- 12.2.1.2. O invólucro "01", indicado no item 12.2.1.1, terá **46cm de comprimento, 33cm de largura e 14cm de altura**.
- 12.2.1.3. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado em invólucro padronizado fornecido obrigatoriamente pela Prefeitura do Aracati, por meio da Secretaria Municipal de Licitações e Contratos, a pedido formal da licitante.
- 12.2.1.4. 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.

*AA*

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

12.2.1.6. 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.

12.2.1.7. 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.

12.2.1.8. 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.

12.2.1.9. 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.

12.2.1.10. As peças que integram a Ideia Criativa devem ter formatos compatíveis com suas características, devendo adequar-se ao tamanho do invólucro "01".

12.2.1.11. 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 12.2.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4;

12.2.1.12. 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.

## 12.2.2. INVÓLUCRO "02" - PROPOSTA TÉCNICA (IDENTIFICADA)

12.2.2.1. 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.



12.2.2.2. 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:

**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**

12.2.2.3. 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.

12.2.2.4. 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.

### **12.2.3. INVÓLUCRO "03" – PROPOSTA TÉCNICA**

12.2.3.1. 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 12.3.4., 12.3.5. e 12.3.6 deste instrumento.

12.2.3.2. O conteúdo indicado no subitem 12.3.3, deste instrumento, 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 PÚBLICA Nº 00.001/2025 - CP – Prefeitura Municipal de Aracati**



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

12.2.3.4. 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”.

### **12.3. DA PROPOSTA TÉCNICA (INVÓLUCROS 01, 02 E 03)**

12.3.1. 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.

12.3.2. 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”.

12.3.3. 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:

12.3.3.1. 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).

12.3.3.2. 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.

12.3.3.3. 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 12.3.3.2, deste instrumento, 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.

12.3.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea ‘a’ do subitem 12.3.3.3, deste instrumento, 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.



12.3.3.3.2. 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.

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

12.3.3.3.4. 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.

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

12.3.3.3.6. 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*.

12.3.3.3.7. 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.

12.3.3.3.8. 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.

12.3.3.3.9. 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.

12.3.3.3.10. 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.

12.3.3.4. 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 12.3.3.3, deste instrumento, 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.

40

12.3.3.4.1. 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.

12.3.3.4.1.1. 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", 13.3.1., deste instrumento.

5.3.4.2. 12.3.3.4.2. Em se tratando de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

12.3.3.4.3. Na simulação de que trata a alínea "b" do subitem 12.3.3.4:

- 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 n 4.680/1965;
- d) deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

12.3.3.4.4. 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.

12.3.4. 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.

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

12.3.5.1. 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.

12.3.5.2. 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.

12.3.5.3. 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.



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

12.3.6. 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.

12.3.6.1. 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.

12.3.6.2. 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 12.3.6, 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.

12.3.7. Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação Publicitária estão limitados a 10 (dez) páginas, ressalvada a relação das peças de que trata o subitem 12.3.3.3 “a” e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas “a” e “b” do subitem 12.3.3.4 não serão computados nesse limite de páginas.

12.3.8. 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.

## 12.4. PROPOSTAS DE PREÇOS

### 12.4.1. INVÓLUCRO “04” - PROPOSTA DE PREÇO

12.4.1.1. Os documentos referentes a proposta de preços, 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 PÚBLICA Nº 00.001/2025 - CP – Prefeitura Municipal de Aracati**

12.4.1.2. A proposta de preços da licitante deverá ser:

a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente, datadas, assinadas e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto à expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

12.4.1.3. A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes dos Anexos do Edital.

12.4.1.4. A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

a) Comprometer-se-á a envidar 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.

12.4.2. 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.

12.4.3. Tratará da questão dos direitos autorais, estabelecendo:

12.4.3.1. 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.

12.4.3.2. 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;

12.4.3.3. 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;

12.4.3.4. 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:

12.4.3.4.1. 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;

12.4.3.4.2. 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.

12.4.3.5. 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.

12.4.3.6. 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;

12.4.3.7. 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:

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

12.4.3.7.2. 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.

12.4.3.7.3. 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.

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

12.4.3.8. 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.

12.4.4. 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.

12.4.5. 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.

### **13. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS**

13.1. **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 n. 12.232, de 29 de abril de 2010 e o CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 00.001/2025 - CP.

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

#### 13.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

##### 13.2.1.1. 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.

##### 13.2.1.2. 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.

##### 13.2.1.3. 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;
- e) 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;

#### 13.2.1.4. 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 público-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.

#### 13.2.2. Capacidade de Atendimento

a) ao 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.

#### 13.2.3. 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 público-alvo.

#### 13.2.4. 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.

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

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

**a) Plano de Comunicação Publicitária – 65 (sessenta e cinco) pontos, compostos por:**

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;**

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

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

13.4. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente instrumento 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 13.2.1.1 a 13.2.1.4 e 13.2.2 a 13.2.4, deste instrumento.

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

13.6. 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 13.2.1 a 13.2.4, deste Edital.

13.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão de Contratação, cuja data será divulgada em ato público, nos termos do Edital.

**13.8. AS PROPOSTAS DE PREÇOS** das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

13.9. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

13.9.1. 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.

13.9.2. 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.

13.9.3. 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.

13.9.4. 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.

13.9.5. 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.

13.10. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui os Anexos do Edital.

13.11. A Comissão de Contratação 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 “%”.*

13.11.1. A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma das notas dos quesitos constantes da tabela referida no item 13.11.

13.11.2. 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.

13.12. 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.

### 13.13. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

13.13.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços 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.

13.13.2. Será considerada vencedora a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, observado o disposto nos subitens 13.6 e 13.7, deste instrumento, 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.

13.13.3. No caso de impasse na negociação prevista na alínea “b” do subitem 13.13.2, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais proponentes, pela ordem de classificação das propostas técnicas, até a consecução de acordo para a contratação.

### 14. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.1. As condições de habilitação são as definidas na Lei nº 14.133/2021 e que se mostram suficientes e necessárias à execução do objeto contratual, notadamente àquelas relativas à habilitação jurídica, fiscal, social, trabalhista, econômico-financeira, os quais serão analisados quanto à sua autenticidade e ao seu prazo de validade e consistirão de:

#### 14.2. HABILITAÇÃO JURÍDICA

14.2.1. 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 ou civis, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;

14.2.2. Registro comercial, no caso de empresário individual;

14.2.3. Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis;

14.2.4. 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.

### 14.3. HABILITAÇÕES FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA

14.3.1. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);

14.3.2. 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;

14.3.3. 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;

14.3.4. Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;

14.3.5. Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;

14.3.6. Prova de regularidade relativa ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

14.3.7. 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.

14.3.8. 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.

14.3.9. 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.

14.3.10. 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.

14.3.11. 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.

14.3.12. 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 instrumento, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, nos termos do edital.

### 14.4. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

14.4.1. 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.

14.4.2. Certificado de Qualificação Técnica Concedido pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão, nos termos do Decreto nº 57.690/66.



14.4.3. 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.

14.4.4. 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.

#### **14.5. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICA E FINANCEIRA**

14.5.1. Certidão negativa de feitos sobre falência, recuperação judicial ou extrajudicial, dissolução ou liquidação, expedida pelo distribuidor da sede do licitante.

14.5.1.1. 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;

14.5.1.2. A empresa em recuperação judicial/extrajudicial com recuperação judicial/plano de recuperação extrajudicial homologado deverá demonstrar os demais requisitos para habilitação econômico-financeira.

14.5.2. 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.

14.5.2.1. 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.

14.5.3. Comprovação da boa situação financeira atestada por profissional habilitado da área contábil, legalmente reconhecido junto ao Conselho Regional de Contabilidade da sede ou filial da licitante, que ateste o atendimento pela 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:

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

#### **Onde:**

LG – Liquidez Geral;

AC – Ativo Circulante;

ARLP – Ativo Realizável a Longo Prazo;

PC – Passivo Circulante;

PELP – Passivo Exigível a Longo Prazo.

14.5.4. 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.

14.5.5. 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.

14.5.6. 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.

14.5.7. Capital social mínimo ou patrimônio líquido correspondente a **10% (dez por cento)** do valor estimado, podendo a comprovação ser feita através da apresentação da Certidão Simplificada emitida pela Junta Comercial da sede da licitante ou outro documento legal.

14.5.7.1. Caso o licitante seja vencedor de mais de um lote, o montante do capital social mínimo ou patrimônio líquido deverá ser igual ou superior a 10% do somatório do valor estimado da contratação de todos os lotes arrematados.

#### **14.6. OUTROS DOCUMENTOS**

14.6.1. 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.

### **15. MOTIVAÇÃO CIRCUNSTANCIADA DAS CONDIÇÕES EXIGIDAS**

---

#### **15.1. JUSTIFICATIVA PARA A UTILIZAÇÃO DA CONCORRÊNCIA NA FORMA PRESENCIAL**

A presente contratação será realizada por meio da modalidade Concorrência, em sua forma presencial, conforme previsão da Lei nº 12.232/2010, que estabelece regras específicas para as licitações e contratações de serviços de publicidade e propaganda por parte da Administração Pública.

A adoção da forma presencial, em detrimento da eletrônica, justifica-se pelas peculiaridades e complexidade da apresentação e avaliação das propostas técnicas, típicas das agências de propaganda, que exigem análise sensível, estética, estratégica e criativa, aspectos que não podem ser adequadamente aferidos por meios exclusivamente digitais.

As propostas técnicas, nos termos do art. 9º, §1º e §2º da Lei nº 12.232/2010, devem conter, obrigatoriamente:

- a) Soluções de comunicação publicitária, com demonstração da compreensão do problema de comunicação proposto pela Administração;
- b) Propostas de execução criativa, com peças-piloto, roteiros, layouts gráficos, audiovisuais e demais materiais técnicos;
- c) Demonstração de capacidade técnico-operacional, com portfólios físicos e documentos comprobatórios de experiência.

Esses elementos são frequentemente apresentados em mídias físicas, impressos, encadernados, maquetes, DVDs ou pen drives, cuja análise adequada requer a observação direta e detalhada por parte da comissão técnica julgadora, a fim de aferir critérios subjetivos como criatividade, clareza, coerência visual, domínio técnico e adequação ao público-alvo da Administração.

A impossibilidade de conversão segura e fiel desses materiais para meio digital comprometeria a isonomia entre os licitantes e a qualidade da análise técnica, podendo gerar distorções no julgamento e até prejuízo à seleção da proposta mais vantajosa.

Além disso, essa prática é amparada por jurisprudência dos tribunais de contas e pela própria regulamentação do setor publicitário, que reconhece a necessidade de entrega física das propostas técnicas para garantir a plena avaliação das capacidades criativas e técnicas das agências participantes.

Dessa forma, considerando a natureza específica e técnica do objeto, a forma e os suportes exigidos para a apresentação da proposta técnica, e a garantia da melhor seleção para a Administração, justifica-se, de forma plenamente fundamentada, a adoção da Concorrência na forma presencial, como meio mais adequado para assegurar a transparência, a isonomia, a legalidade e a seleção da proposta que melhor atenda ao interesse público.



## 15.2. JUSTIFICATIVA DOS ÍNDICES CONTÁBEIS

De acordo com o Art. 69 da Lei nº 14.133/2021, a exigência de habilitação econômico-financeira destina-se a demonstrar a aptidão econômica da participante a fim de suportar as obrigações decorrentes de futuro contrato, a ser comprovada de forma objetiva, através de coeficientes e índices econômicos devidamente justificados e previamente estabelecidos no edital.

O parágrafo primeiro estabelece que, a critério da Administração, poderá o Edital exigir das participantes a apresentação de índices contábeis, excetuando-se aqueles que demonstrem a rentabilidade e/ou lucratividade da participante, enquanto que o § 5º veda a utilização de índices não usualmente adotados para a avaliação de situação econômico-financeira suficiente para o cumprimento das obrigações decorrentes da licitação.

Para a presente licitação será exigido, como uma das formas de aferição da capacidade econômica das participantes, o Índice de Liquidez Geral – ILG, sendo este uma métrica financeira utilizada para avaliar a capacidade de uma empresa em cumprir suas obrigações financeiras no curto e longo prazo. Ele é comumente exigido como um critério de qualificação econômico-financeira em processos licitatórios regidos pela Lei nº 14.133/2021.

Esse índice é calculado a partir da divisão do ativo circulante pelo passivo circulante somado ao passivo não circulante. O ativo circulante é composto por recursos financeiros que podem ser convertidos em dinheiro no curto prazo, como caixa, estoques e contas a receber. O passivo circulante representa as obrigações que devem ser pagas em um prazo de até um ano, como fornecedores, impostos e empréstimos de curto prazo. Já o passivo não circulante inclui as dívidas de longo prazo, como empréstimos de longo prazo e financiamentos.

O ILG mede a capacidade da empresa em utilizar seus ativos circulantes para saldar todas as suas obrigações, tanto de curto quanto de longo prazo. Ele fornece uma visão geral da saúde financeira da empresa e da sua capacidade de honrar seus compromissos financeiros.

Ao exigir o índice contábil de liquidez geral em licitações, a Lei nº 14.133/2021 visa garantir que as empresas participantes tenham condições financeiras adequadas para executar os contratos. Ao atender a esse critério, a empresa demonstra uma situação financeira estável e confiável, fornecendo garantias de que conseguirá, em tese, cumprir suas obrigações contratuais sem interrupções financeiras significativas.

Registra-se que, no presente caso, o ILG será limitado a o mínimo de 1, para a indicação de que a empresa possui recursos suficientes para honrar seus compromissos de curto prazo. Dentre os motivos que levaram esta Administração adotar o ILG maior ou igual a 1, destacam-se:

a) Capacidade de pagamento: O índice de liquidez geral maior ou igual a 1 indica que a empresa possui ativos suficientes para cobrir suas obrigações de curto e longo prazo. Isso demonstra a capacidade de pagamento da empresa, garantindo que ela tenha recursos financeiros disponíveis para cumprir os compromissos assumidos durante a execução do contrato.

b) Estabilidade financeira: Uma empresa com um índice de liquidez geral maior ou igual a 1 geralmente é considerada financeiramente estável. Isso transmite segurança aos órgãos públicos contratantes, reduzindo o risco de inadimplência ou de problemas financeiros que possam prejudicar a execução do contrato.

c) Garantia de continuidade: A exigência desse índice visa garantir que a empresa tenha uma base financeira sólida para operar e cumprir os prazos estipulados no contrato. Uma empresa com liquidez insuficiente pode enfrentar dificuldades financeiras que comprometam sua capacidade de honrar seus compromissos, resultando em atrasos ou até mesmo na interrupção do contrato.

d) Proteção dos recursos públicos: Ao estabelecer um índice mínimo de liquidez geral, os órgãos públicos visam proteger os recursos públicos e evitar contratar empresas que apresentem risco financeiro elevado. Isso ajuda a garantir a eficiência e a segurança dos processos licitatórios, direcionando a escolha para empresas com situação financeira adequada.



e) Competitividade justa: A exigência do índice de liquidez geral contribui para a promoção de uma competição justa entre as empresas participantes. Ao estabelecer um requisito financeiro mínimo, evita-se a participação de empresas que possam ter dificuldades em cumprir suas obrigações contratuais, garantindo que apenas empresas financeiramente saudáveis e com capacidade de execução participem do processo licitatório.

Destarte, a exigência de um índice de liquidez geral maior ou igual a 1 tem o objetivo de garantir a qualidade e a segurança na contratação de empresas nos processos licitatórios, protegendo os interesses dos órgãos públicos e dos recursos envolvidos.

### 15.3. JUSTIFICATIVA DA NÃO PARTICIPAÇÃO DE EMPRESAS CONSORCIADAS

Destaca-se que a participação de empresas em consórcio em licitações encontra-se disciplinada no art. 15 da Lei nº 15.133/2021, que atribuiu à Administração a prerrogativa de admitir ou não a participação de consórcios nas licitações, bem como, no caso de sua possibilidade, limitar o número de empresas consorciadas.

Art. 15. Salvo vedação devidamente justificada no processo licitatório, pessoa jurídica poderá participar de licitação em consórcio, observadas as seguintes normas:

[...]

§ 4º Desde que haja justificativa técnica aprovada pela autoridade competente, o edital de licitação poderá estabelecer limite máximo para o número de empresas consorciadas.

Nesse panorama, a Administração, no uso da discricionariedade que lhe confere a nova lei das licitações e contratações públicas, não permitirá a participação de empresas reunidas em consórcio, tendo em vista que a participação de um número maior de empresas dentro na presente licitação propiciará a ampliação da competitividade no certame e a busca da melhor proposta para a administração, posto que a possibilidade de empresas em regime de consórcio poderá ensejar a redução do número de participantes, uma vez que um consórcio poderia reunir várias empresas e, conseqüentemente, as empresas associadas deixariam de competir entre si, reduzindo as vantagens que a competitividade entre as empresas traz para a Administração, em prejuízo ao interesse público.

Para além do que fora exposto, o caso concreto não sinaliza para a necessidade de constituição de consórcio, especialmente porque o cumprimento das exigências relativas à capacidade técnica e econômico-financeira não demandam a conjugação de maiores esforços dos licitantes.

Registra-se, oportunamente, que a permissão – ou não – de participação de empresas em consórcio é ato discricionário da Administração, à vista do que estabelece a Lei nº 14.133/2021 que deixa assente que a participação de empresas em consórcio poderá ser admitida ou não, segundo ato discricionário da Administração. Veja-se:

Art. 15. **Salvo vedação devidamente justificada no processo licitatório**, pessoa jurídica poderá participar de licitação em consórcio, observadas as seguintes normas:

Neste sentido, citam-se os ensinamentos de Joel Menezes Niebuhr:

O caput do artigo 15 da Lei n. 14.133/2021 deixa claro que admitir ou não a participação de empresas em consórcio é ato discricionário da Administração: “Salvo vedação devidamente justificada no processo licitatório, pessoa jurídica poderá participar de licitação em consórcio, observadas as seguintes normas: [...]”. Portanto, a regra é que as



empresas possam participar de licitação reunidas em consórcio. A exceção é a proibição à participação de empresas reunidas em consórcio, o que demanda motivação.<sup>1</sup>

Ante o exposto e considerando a prerrogativa do Poder Público sobre a participação empresas em consórcio, enquanto ato discricionário, resta justificada a não participação de empresas em consórcio.

#### 15.4. JUSTIFICATIVA DO NÃO PARCELAMENTO DO OBJETO

A contratação pretendida visa à prestação de serviços de publicidade institucional de forma contínua, integrada e estratégica, conforme previsto na Lei nº 12.232/2010. A natureza do objeto, que envolve o desenvolvimento de campanhas publicitárias completas — desde o planejamento e concepção até a produção e veiculação das peças — demanda a atuação coordenada de uma única contratada, com estrutura organizacional e técnica capaz de garantir a unidade conceitual e a coerência das ações de comunicação.

O parcelamento do objeto, com a contratação fragmentada de diferentes empresas ou profissionais para cada etapa (planejamento, criação, produção, mídia etc.), comprometeria a efetividade das campanhas, ocasionando perda de uniformidade estética e comunicacional, sobreposição de esforços, falhas de comunicação, aumento de riscos contratuais e maior complexidade na gestão e fiscalização do contrato por parte da Administração Pública.

Além disso, essa fragmentação seria contrária aos princípios da eficiência e da economicidade, uma vez que exigiria múltiplos procedimentos licitatórios ou contratações, com conseqüente aumento do esforço administrativo e da probabilidade de inconsistências técnicas entre as diversas peças ou etapas da campanha.

O próprio modelo jurídico estabelecido pela Lei nº 12.232/2010 é baseado na premissa da contratação de uma agência única, que concentre todas as atividades necessárias à execução das campanhas de publicidade institucional, assumindo a responsabilidade integral pelo desenvolvimento e pela supervisão técnica das ações, conforme os parâmetros definidos pela Administração.

Dessa forma, o não parcelamento da contratação encontra-se devidamente justificado pela necessidade de preservar a integração funcional, técnica e estética do objeto, a fim de garantir a qualidade, a efetividade e o controle contratual, o que torna inviável a divisão do objeto em lotes ou partes.

#### 16. DAS PENALIDADES ADMINISTRATIVAS

16.1. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa:

16.1.1. dar causa à inexecução parcial do contrato;

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

16.1.3. dar causa à inexecução total do contrato;

16.1.4. deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pela Comissão de Contratação durante o certame;

16.1.5. salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não manter a proposta.

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

16.1.7. ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;

16.1.8. apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação;

16.1.9. fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

16.1.10. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza.

<sup>1</sup> ob. cit. p. 720.



- 16.1.11. praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- 16.1.12. praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 2013;
- 16.2. A Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:
- a) advertência;
  - b) multa;
  - c) impedimento de licitar e contratar; e
  - d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.
- 16.3. Na aplicação das sanções serão considerados:
- a) a natureza e a gravidade da infração cometida.
  - b) as peculiaridades do caso concreto;
  - c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
  - d) os danos que dela provierem para a Administração Pública;
  - e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.
- 16.4. Para as infrações previstas nos itens 16.1.4., 16.1.5 e 16.1.6 a multa será de 10% (dez por cento) do valor do contrato.
- 16.5. Para as infrações previstas nos itens 16.1.8, 16.1.9, 16.1.10, 16.11.1 e 16.1.12 a multa será de 20% (vinte por cento) do valor do contrato.
- 16.6. Para as infrações previstas nos itens 16.1.1, 16.1.2, 16.1.3 e 16.1.7. a multa será aplicada da seguinte forma:
- a) 1% (um por cento) sobre o valor global do Contrato, por dia que exceder ao prazo contratual sem que os itens sejam entregues;
  - b) 5% (cinco por cento) sobre o valor do Contrato, se a Contratada deixar de atender às recomendações de ordem técnica emitidas pela ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL.
  - c) 10% (dez por cento) do valor global do Contrato, se a Contratada transferir a execução do contrato a terceiros, no todo ou em parte, sem prévia autorização escrita da Secretaria;
  - d) 20% (vinte por cento) do valor total do Contrato, na hipótese de extinção do contrato por culpa da Contratada, sem prejuízo de outras penalidades previstas em lei;
- 16.7. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.
- 16.8. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.
- 16.9. A advertência será aplicada exclusivamente pela infração administrativa prevista no item 16.1.1., quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
- 16.10. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 16.1.2, 16.1.3, 16.1.4., 16.1.5, 16.1.6 e 16.1.7, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.
- 16.11. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 16.1.8, 16.1.9, 16.1.10, 16.11.1 e 16.1.12, bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens 16.1.2., 16.1.3, 16.1.4, 16.1.5., 16.1.6 e 16.1.7 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei nº 14.133/2021.



16.12. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação.

16.13. A apuração de responsabilidades relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores públicos estatutários ou pertencentes aos quadros permanentes da Administração, preferencialmente com, no mínimo, 3 (três) anos de tempo de serviço no órgão ou entidade, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

16.14. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

16.15. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.

16.16. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

16.17. A aplicação das sanções previstas neste instrumento não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

## **17. APLICAÇÃO DA LEI COMPLEMENTAR Nº 123/2006 COM ALTERAÇÕES POSTERIORES**

17.1. No processo de contratação, deverá ser concedido tratamento diferenciado e simplificado para as microempresas e empresas de pequeno porte, inclusive quanto ao seguinte:

17.1.1. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista, será assegurado o prazo de cinco dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado vencedor do certame, prorrogável por igual período, a critério da administração pública, para regularização da documentação, para pagamento ou parcelamento do débito e para emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

17.1.2. Será assegurada, como critério de desempate, preferência de contratação para as microempresas e empresas de pequeno porte. Entende-se por empate aquelas situações em que as propostas apresentadas pelas microempresas e empresas de pequeno porte sejam iguais ou até 10% (dez por cento) superiores à proposta mais bem classificada.

## **18. DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL**

- Lei nº 12.232/2010 - Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda;

- Lei nº 14.133/2021 - Lei de Licitações e Contratos Administrativos;

- Lei nº 4.680/65 - Dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda;

- Lei Complementar Nº 123/2006 - Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte;

- Decreto Federal nº 57.690/66 - Aprova o Regulamento para a execução da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.

## **19. DA ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**



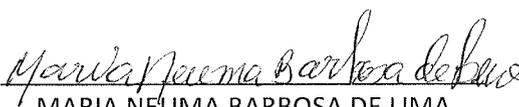
19.1. As despesas decorrentes das contratações oriundas deste instrumento, correrão à conta de dotações orçamentárias consignadas no respectivo orçamento municipal vigente, em favor do Contratada, conforme se a seguir:

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO	
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 (hum milhão de reais)

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 (hum milhão e quinhentos mil de reais)

Aracati/CE, 24 de abril de 2025.

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

  
MARIA NEUMA BARBOSA DE LIMA  
CPF n.º 518.172.173-72  
Ordenadora de Despesas da  
Secretaria Municipal de Educação