

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025.

CLAITON EDÚ MONTEIRO DE AGUIAR, Prefeito Municipal de Sananduva, no uso das suas atribuições legais, TORNA PÚBLICO, para conhecimento dos interessados, a realização de licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, na forma **PRESENCIAL**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO** e modo de disputa **FECHADO**, objetivando a **Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda para Prestação de Serviços ao Município de Sananduva - RS, conforme estabelece a Lei Nº 12.232, de 29 de Abril de 2010**, conforme descrito neste edital e seus anexos, nos termos da Lei nº 12.232, de 29 de Abril de 2010, da Lei Federal nº 14.133 de 1º de abril de 2021 e alterações posteriores, do Decreto Municipal nº 7.614, de 02 de janeiro de 2024 e demais legislações pertinentes e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital, **com a primeira sessão pública a ser realizada no dia 04 de dezembro do ano de 2025, às 09h00min**, junto ao Setor de Licitações da Prefeitura Municipal, sito a Avenida Fiorentino Bachi, nº 673.

Ocorrendo decretação de feriado ou outro fato superveniente que impeça a realização desta licitação na data acima mencionada, o evento será automaticamente transferido para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário, independentemente de nova comunicação.

1 - DO OBJETO

1.1. A presente licitação tem por objeto a contratação de serviços de publicidade, assim considerados 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, nos termos do **ANEXO I-B – BRIEFING** deste Edital.

1.2. Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante, proponente ou contratada.

1.2.1. A agência de propaganda contratada atuará por conta e ordem da Prefeitura Municipal de Sananduva na contratação de veículos e meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias e de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução do objeto descrito no **ANEXO I – A TERMO DE REFERÊNCIA** deste Edital.

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

1.4. A agência contratada não poderá subcontratar outras agências de propaganda para a execução do objeto contratado nesta licitação.

1.5. As atividades e ações decorrentes da execução do contrato deverão zelar pelo caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades, servidores públicos e/ou partidos políticos.

1.6. Fica estabelecida a forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.

1.7. O valor mensal estimado para a execução do objeto deste certame é de R\$ 9.800,00 (nove mil e oitocentos reais).

1.8. A licitação será realizada em item único.

ITEM	DESCRIÇÃO	QNT	UNID	VALOR MENSAL	VALOR TOTAL ANUAL
1	Serviços de publicidade e propaganda	12	MESES	ATÉ R\$ 9.800,00	ATÉ R\$ 117.600,00

2- DO PAGAMENTO:

2.1. O pagamento pelos serviços será efetuado até o quinto dia útil do mês subsequente ao da constatação da prestação dos serviços, mediante a apresentação da nota fiscal correspondente, desde que devidamente atestada pelo Fiscal do Contrato, o qual confirmará a conformidade da execução com as obrigações contratuais e de relatório da quantidade de horas prestadas no mês e os serviços realizados.

2.2. Os preços propostos serão considerados completos e abrangem todos os tributos (impostos, taxas, emolumentos, contribuições fiscais e para fiscais), transporte e qualquer despesa acessória e/ou necessária, não especificada neste Edital.

2.3. O valor relativo ao objeto do presente contrato poderá ser reajustado a contar da data-base vinculada à contratação, através do índice a ser definido pelo CONTRATANTE (IGPM/FGV, IPCA-IBGE ou outro índice admitido), deduzido eventual antecipação concedida a título de reequilíbrio econômico-financeiro.

2.4. O preço poderá ser alterado, na forma dos artigos 124 a 136 da Lei 14.133/2021 e, nos termos da letra “d” do supracitado artigo o contrato poderá ser alterado para restabelecer o equilíbrio econômico-financeiro na hipótese de sobrevirem fatos imprevisíveis, ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou ainda, em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe, configurando álea econômica extraordinária e extracontratual

2.5. O pedido de alteração de preço deverá ser endereçado ao Pregoeiro, que decidirá no prazo de 48 horas, cabendo ao contratado apresentar recurso no prazo de 24 horas ao Senhor Prefeito Municipal, que também decidirá no prazo de 48 horas. Em ambas as instâncias o pedido será analisado pela Assessoria Jurídica, que também emitirá parecer.

2.6. É vedado ao contratado interromper o fornecimento dos

produtos/serviços enquanto tramita o processo de revisão de preço, estando, caso contrário, sujeito às penalidades previstas.

2.7. Não será efetuado qualquer pagamento ao CONTRATADO enquanto houver pendência de liquidação da obrigação financeira em virtude de penalidade ou inadimplência contratual, caso a compensação entre a sanção e o valor a ser pago não seja suficiente para saldar aquela, hipótese esta que primeira será realizada a compensação.

2.8. A contratada suportará o ônus decorrente de atraso, caso as Notas Fiscais/Faturas contenham vícios ou incorreções que impossibilitem o pagamento.

2.9. Conforme determinado pelo Decreto Municipal nº 7.341, de 20 de julho de 2022, fica ressalvado a aplicação da IN RFB nº 1.234/2012 ou a que vier a substituí-la nos termos do mencionado decreto.

2.10. Ocorrendo atraso no pagamento, os valores serão corrigidos monetariamente pelo índice IGPM/FGV do período, ou outro índice que vier a substituí-lo, e a Administração compensará a contratada com juros de 0,5% ao mês, *pro rata*.

2.11. A despesa para a execução dos objetos licitados correrá por conta das Dotações Orçamentárias especificadas na lei-de-meios em execução, sob o código n. 0301 2042 339039000000 (130), com recursos próprios.

3- DA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

3.1. Poderão participar deste certame licitatório as agências de propaganda, nos termos da Lei Federal nº 4.680/1965 e Lei Federal nº 12.232/2010, que preencherem as condições e requisitos estabelecidos neste Edital e na legislação aplicável.

3.2. Não será permitida a participação de empresas em regime de consórcio, conforme justificativa técnica e econômica constante do Termo de Referência.

3.3. Não poderão participar desta concorrência as agências de propaganda que:

3.3.1. Tenham sido declaradas inidôneas no âmbito da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, em qualquer esfera da Administração Pública;

3.3.2. Constituíram as pessoas jurídicas que foram apenadas conforme item 3.3.1 enquanto perdurarem as causas das penalidades, independentemente de nova pessoa jurídica que vierem a constituir ou de outra em que figurarem como sócios;

3.3.3. Tenham sócios comuns com as pessoas jurídicas referidas no item 3.3.2;

3.3.4. Não funcionem no País, se encontrem sob falência, dissolução ou liquidação, bem como as pessoas físicas sob insolvência;

3.3.5. Mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato,

ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

3.3.6. Da qual servidores ou dirigentes do Município de Sananduva - RS figurem como sócios, dirigentes ou da qual participem indiretamente; é também vedada a participação de servidor ou dirigente do Município de Sananduva enquanto pessoas físicas.

3.3.6.1. Considera-se participação indireta a existência de qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira ou trabalhista.

3.3.7. As pessoas físicas e jurídicas de que trata o art. 14 da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

3.3.8. Cujo invólucro nº 01:

3.3.8.1. Apresente qualquer informação, marca, sinal, palavra ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do arquivo nº 02;

3.3.8.2. Esteja danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 02.

3.4. A Comissão de Licitação verificará o eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação.

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

3.6. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante:

3.6.1. A observância dos preceitos legais e regulamentos em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo;

3.6.2. A confirmação de que recebeu da Secretaria competente, o arquivo padronizado previsto neste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência;

3.6.3. A aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste edital e de seus anexos;

3.6.4. A obrigatoriedade de manter todas as condições de habilitação e qualificação exigidas para a contratação, obrigando-se o licitante a declarar, sob as penas da lei.

3.7. O licitante assume todos os custos decorrentes da elaboração de propostas e da apresentação de documentos de habilitação exigidos neste certame, ficando a Unidade Contratante isenta de qualquer responsabilidade por tais custos, independentemente do resultado do procedimento licitatório.

3.8. O prazo de validade da proposta não será inferior a 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua apresentação.

3.9. Antes de expirar a validade original da proposta, a Comissão Julgadora da Licitação poderá solicitar à proponente que declare a sua intenção de prorrogar o prazo previsto no item anterior. As respostas se farão por escrito, preferencialmente, por meio eletrônico.

3.9.1. Não será admitida a modificação da proposta pelo licitante que aceitar prorrogar a sua validade.

4- DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

4.1. Na presente licitação, a fase de habilitação sucederá as fases de apresentação de propostas e de julgamento.

4.2. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados.

4.3. Os invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços, serão recebidos como segue:

DATA E HORÁRIO DA 1ª SESSÃO PÚBLICA
Dia 04/12/2025 às 09h (horário de Brasília)

LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA:
Prefeitura Municipal de Sananduva - RS
Sala de Licitações – Avenida Fiorentino Bacchi, 673. Centro – Sananduva – Rio Grande do Sul.

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

4.5. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios, obedecerão ao disposto neste Edital e na legislação.

4.6. O envelope nº 5, contendo os documentos de Habilitação, serão recebidos e abertos em dia, local e horário, a serem posteriormente designados pela Comissão de Licitação.

4.7. A Comissão de Licitação exigirá do representante legal do licitante, na abertura da sessão pública, declaração, sob as penas da lei, de que reúne as condições de habilitação exigidas no edital, conforme modelo constante no **ANEXO III** deste Edital.

5- DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

5.1. Para participar deste certame, o representante legal ou procurador da

licitante apresentará à Comissão de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento oficial de identificação com foto, no ato programado para a entrega dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços.

5.1.1. Serão considerados documentos oficiais de identificação: Carteira de Identidade, Carteira Nacional de Habilitação, Carteira de Trabalho, Carteira Profissional, Carteira de Identificação Funcional, Registro Nacional de Estrangeiro e Passaporte.

5.1.2. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão de Licitação ateste sua autenticidade, ou acompanhada de declaração de autenticidade por advogado, sob sua responsabilidade pessoal.

5.1.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o **ANEXO II** deste Edital.

5.1.4. Para fins de gozo dos benefícios dispostos na Lei Complementar nº 123/2006, os representantes de microempresas e empresas de pequeno porte deverão credenciar-se e apresentar **declaração de enquadramento no Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte (ANEXO VII)** e em conformidade com o art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006 e alterações posteriores. **A declaração deverá ser devidamente assinada por contador.**

5.1.5. Os documentos previstos nos itens anteriores, bem como a declaração de cumprimento dos requisitos de habilitação (**ANEXO III**) deverão ser entregues à Comissão de Licitação no momento de abertura da sessão pública, fora dos envelopes, apartados dos arquivos das Propostas e, quando for o caso, dos documentos de habilitação.

5.2. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção das Propostas Técnicas e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões.

5.3. Na hipótese de substituição do representante credenciado no decorrer do processo licitatório, deverá ser realizado novo credenciamento.

6- DO PROCEDIMENTO DE ENTREGA E RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS

6.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue na forma estabelecida no item 4, até o dia apazado para a abertura do certame.

6.2. A Sessão Pública de Recebimento das Propostas será processada de acordo com as etapas descritas a seguir:

6.2.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Licitação, acondicionada nos envelopes nº 1, nº 2 e nº 3, nos termos deste edital.

6.2.1.1. **Envelope nº 1:** O envelope nº1 deverá ser apresentado nos

termos dispostos nos itens seguintes:

6.2.1.1.1. No envelope nº 1, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os 7.3 e seguintes deste edital.

6.2.1.1.2. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Secretaria competente.

6.2.1.1.3. O invólucro padronizado para a apresentação de Proposta Técnica – Invólucro nº 1, deverá ser retirado pela interessada durante o horário de expediente da Prefeitura de Sananduva, situada na Rua Fiorentino Bacchi, 673, junto ao setor de protocolos até o dia útil anterior à realização do certame.

6.2.1.1.4. O invólucro nº 01 deverá ser entregue pela proponente somente com o fechamento próprio do invólucro, sem qualquer outra forma de lacre, sem assinatura ou rubrica e sem qualquer identificação que não seja a disposta neste Edital.

6.2.1.1.5. Para preservar - até a abertura do invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitário, o invólucro nº1 não poderá:

6.2.1.1.5.1. Ter identificação alguma;

6.2.1.1.5.2. Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

6.2.1.1.5.3. Estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nela acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

6.2.1.2. Invólucro nº 2: O invólucro nº 2 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos itens seguintes:

6.2.1.2.1. No invólucro nº 2 deverá estar acondicionado Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o item 6.2.1.2.2 e seguintes.

6.2.1.2.2. O invólucro nº2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2
Proposta técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 001/2025

6.2.1.2.3. O invólucro nº2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.2.1.3. Invólucro nº 3: O invólucro nº 3 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos itens seguintes:

6.2.1.3.1. No invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os itens 6.2.1.3.2 e seguintes.

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

Invólucro nº 3
Proposta técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e
relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 001/2025.

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

6.2.1.3.4. O invólucro nº3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2.

6.2.1.4. Invólucro no 4: A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão de Licitação acondicionada no invólucro nº 4.

6.2.1.4.1. O invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 001/2025.

6.2.1.4.2. O invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.2.1.5. Invólucro no 5: Os documentos de habilitação deverão estar acondicionados no invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5 Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 001/2025.

6.2.1.5.1. Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão de Licitação apenas pela licitante melhor classificada no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço, em dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

6.2.1.5.2. O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

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

7 - ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com seguintes quesitos e subquesitos:

7.1.1. Plano de Comunicação Publicitária:

7.1.1.1. Raciocínio básico;

7.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária;

7.1.1.3. Ideia Criativa

7.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia;

7.1.2. Capacidade de Atendimento;

7.1.3. Repertório;

7.1.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada:

7.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a)** Em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- b)** Com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- c)** Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d)** Com texto justificado;
- e)** Com espaçamento “simples” entre as linhas;
- f)** Com texto e numeração de página em fonte “Arial”, estilo “normal”, cor “automático” tamanho “12 pontos”, observando o disposto nos itens 7.4, 7.5 e 7.5.1;
- g)** Com numeração em todas as páginas, pelo editor de texto, em algarismos arábicos, a partir da primeira página interna, no canto inferior direito da página;

- h) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- i) A capa e contracapa em papel A4 branco com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco;
- j) Sem identificação da licitante.

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

7.3.2. Podem ser utilizadas páginas isoladas, com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite previsto no item 7.4.1 e devem seguir as especificações do item 7.3 no que couber.

7.4. Os subquestos Raciocínio básico e estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) Os dados ou informações dos quadros ou tabelas devem ser editados na fonte “Arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “10 pontos”;
- c) As páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas, poderão ser apresentados em papel A3 dobrado. Neste caso, para fins de limite previsto no item 7.4.1, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.
- d) Poderão ser impressas na orientação paisagem.

7.4.1. Os textos do Raciocínio Básico, da estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista no item 7.7, estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

7.5. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fontes habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

7.5.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto, poderão ser apresentados em papel A3 dobrado e poderão ser impressas na orientação paisagem.

7.5.2. Os textos da estratégia de Mídia e Não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas, mas cabe à licitante atentar especialmente para o disposto no item 6.2.1.1.5, no item 7.6.1, e demais itens, todos deste Edital.

7.5.3. 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 mensagens publicitárias.

7.6. Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesto “Ideia Criativa” serão apresentados separadamente do caderno de que trata o item 7.3.

7.7. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no **ANEXO I-B – BRIEFING** deste edital, observadas as seguintes disposições:

7.7.1. Raciocínio Básico: entende-se por Raciocínio Básico para fins desta licitação a acuidade de compreensão:

- a)** Das funções e do papel do Poder Executivo do Município de Sananduva nos contextos social, político e econômico;
- b)** Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Poder Executivo do Município de Sananduva com seus públicos;
- c)** Das características do Poder Executivo do Município de Sananduva e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d)** Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e)** Do problema específico de comunicação a ser enfrentado pelo Poder Executivo do Município de Sananduva;
- f)** Das necessidades das comunicações do Poder Executivo do Município de Sananduva para enfrentar esse problema.

7.7.1.1. O raciocínio básico deve consistir na apresentação pela licitante de diagnósticos das necessidades de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de Sananduva, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o problema específico de comunicação a ser enfrentado.

7.7.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: entende-se por Estratégia de Comunicação Publicitária para fins desta licitação:

- a)** A adequação do partido temático e do conceito proposto a natureza e a qualificação do Poder Executivo do Município de Sananduva e a seu problema específico de comunicação;
- b)** A consciência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto;
- c)** A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Poder Executivo do Município de Sananduva com seus públicos;
- d)** A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do Poder Executivo do Município de Sananduva;
- e)** A consciência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f)** A capacidade de articular os conhecimentos sobre o Poder Executivo do Município de Sananduva, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados de metas por ele desejadas e a verba disponível.

7.7.2.1. A Estratégia de Comunicação Publicitária deve consistir na apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta, para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Secretaria de Planejamento e Administração, do Município de Sananduva, compreendendo:

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

7.7.3. Ideia Criativa: entende-se por Ideia Criativa para fins desta licitação:

- a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo do Município de Sananduva;
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) Sua adequação ao universo cultural dos seguimentos de público-alvo;
- d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) Sua pertinência às atividades do Poder Executivo do Município de Sananduva e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;
- i) A exequibilidade das peças e/ou dos materiais;
- j) A compatibilidade da linguagem utilizadas nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.

7.7.3.1. A Ideia Criativa deve consistir na apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) Apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessário, para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto nos itens, com comentários sobre cada peça e/ou material;
- b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplo as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

7.7.3.1.1. Os comentários mencionados na alínea ‘a’ do item 7.7.3.1, estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas esperadas de cada peça e/ou material.

7.7.3.1.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado “fisicamente”, conforme estabelecido na alínea ‘b’ do item 7.7.3.1, da alínea ‘a’ do item 7.7.3.1.3 e a relação prevista na alínea “a” do item 7.7.3.1. todos do item 7.7, deverá ser elaborada em dois blocos, sendo um para as peças e/ou material apresentados como exemplo e outro para o restante.

7.7.3.1.3. Os exemplos de peças e/ou material de que trata a alínea “b” do item 7.7.3.1, do item 7.7:

- a) Estão limitados a 15 (quinze), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material;
- b) Podem ser apresentados sob a forma de:
- I. Roteiro, leiaute e/ou storyboard impressos, para qualquer meio;
 - II. “Monstro”, para rádio e internet;
 - III. Storyboard animado ou animatic, para TV, cinema e internet.

7.7.3.1.3.1. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas “fisicamente” até o limite de que trata a alínea ‘a’ do item 7.7.3.1.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- peças;
- no referido limite;
- uma peça;
- uma página será considerada uma peça;
- peça;
- peça;
- considerados duas peças;
- considerados duas peças;
- a) As reduções e variações de formato serão consideradas como
 - b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada
 - c) Anúncio composto por páginas sequenciais será considerado
 - d) Anúncio para tablets e dispositivos similares com mais de
 - e) Adesivagem de fingers e similares será considerada uma
 - f) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma
 - g) Um filme e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão
 - h) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão
 - i) Um hotsite, cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça.

7.7.3.1.3.2. Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta – exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, internet – destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da comissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea “a” do item 7.7.3.1.

7.7.3.1.3.3. Os storyboards animados ou animatics e os ‘monstros’ poderão ser apresentados em pendrive, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

7.7.3.1.3.3.1. Os pendrives utilizados pelas licitantes devem ser executáveis em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, e não podem conter informação, sinal ou marca que permita, inequivocamente, a identificação da licitante, somente a marca do seu fabricante. Também para evitar eventual identificação, as licitantes devem se abster de utilizar pendrives coloridos, devendo essas mídias de apresentação possuírem apenas a cor preta e/ou cinza/prata.

7.7.3.1.3.4. Os “monstros” de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, HTML, mpeg, swf e mov.

7.7.3.1.3.5. 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.

7.7.3.1.3.6. Na elaboração do storyboard animado ou animatic poderão ser inseridas ilustrações, fotos e/ou imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens, locução ou outros efeitos sonoros, mas não podem ser inseridas imagens animadas ou em movimento.

7.7.3.1.3.7. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº1 podem ser dobradas.

7.7.4. Entende-se por Estratégia de Mídia e Não Mídia para fins desta licitação:

- a)** O conceito dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários;
- b)** A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c)** A consciência do plano simulado da distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d)** A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Poder Executivo do Município de Sananduva;
- e)** A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e/ou do material;
- f)** A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

7.7.4.1. A Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser constituída de:

- a)** Apresentação em que a licitante explicará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de texto, tabelas, gráficos e planilhas.
- b)** Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a vinculação, exposição ou distribuição, sob a forma de texto, tabelas, gráficos e planilhas.

7.7.4.1.1. Todas as peças e/ou material que integram a relação comentada prevista na alínea “a” do item 7.7.3.1. deverão constar de tal simulação.

7.7.4.1.2. Da simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a)** O período de distribuição das peças e/ou material;
- b)** As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c)** Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d)** Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e)** As quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
- f)** Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;
- g)** Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

7.7.4.1.3. Na referida simulação:

- a)** Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso da Licitação;
- b)** Para os veículos de comunicação e divulgação que não atuem

com tabelas de preços, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação, a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos;

b.1) para os fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, X, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação;

c) Outros veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços e que não sejam considerados como formas inovadoras de comunicação não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação;

d) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

7.7.4.1.3.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do item 7.7.4.1.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

7.8. 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 a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de atendimento

7.9. Entende-se por Capacidade de Atendimento para fins desta licitação:

a) Considerará o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante, como anunciantes publicitários, o conceito de seus produtos e serviços no mercado, bem como o período de atendimento a cada um deles;

b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de Sananduva;

d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) A operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo do Município de Sananduva 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 do Poder Executivo do Município de Sananduva, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

7.9.1.A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem uso de cores, em papel A4, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação de licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.9.1.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no item 7.9.1, poderá ser editada em papel A3 dobrável.

7.9.1.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item 7.9 não poderão ter informações, 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 nº2.

7.9.1.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

7.10. A capacidade de atendimento será constituída de texto, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará:

a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido – contendo, no mínimo, nome, formação e experiência – dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação online e offline, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) A sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação da 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 de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Poder Executivo do Município de Sananduva, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

e.1) O Município de Sananduva se reserva ao direito de solicitar, durante a execução do contrato, o instrumento de contratação do instituto de pesquisa, observada a categoria da agência registrada no CENP – Conselho executivo das Normas Padrão.

Repertório

7.11. Entende-se por Repertório para fins desta licitação:

a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;

c) A clareza da exposição das informações prestadas

7.11.1. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em Papel A4, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última página por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.11.1.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos

no item 7.11, poderá ser editada em papel A3 dobrável.

7.11.1.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação na autoria deste antes da abertura do invólucro nº2.

7.11.1.3. Não há limitação de número de páginas para a apresentação do repertório.

7.12. O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

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

7.12.1.1. As peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos dentro do período máximo de três anos anteriores à publicação deste edital.

7.12.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pendrive, executável em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, o qual não poderá conter nenhuma informação, marca, sinal ou qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2.

7.12.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no item 7.12, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentados separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

7.12.1.4. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no item 7.12.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima atribuída ao subquesito 1 do Quesito 3 (5 pontos), conforme tabela constante do item 8.2 deste edital.

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

7.14. As peças publicitárias não podem se referir a trabalhos solicitados ou aprovados pela Município de Sananduva, no âmbito de seus contratos com as agências de propaganda.

Relatório e Resolução de Problemas de Comunicação.

7.15. Entende-se por Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para fins desta licitação:

a) A evidência de planejamento publicitário;

b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) A relevância dos resultados apresentados;

d) A concatenação lógica da exposição.

7.15.1. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Solução de Problemas de Comunicação Publicitária em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.15.1.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no item 7.15 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no item 7.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4. Os documentos e informações do caderno específicos mencionados no item precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação na autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2.

7.16. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

7.16.1. As propostas mencionadas no item 7.16 devem ter sido implementadas dentro do período máximo de três anos anteriores à publicação deste edital.

7.16.2. Se a licitante apresentar 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima atribuída ao subquesito 2 do Quesito 3 (10 pontos), conforme tabela constante do item 7.2. deste edital.

7.16.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes.

7.16.3.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

7.16.4. É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que, se incluídas:

I. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pendrive, executável em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, o qual não poderá conter nenhuma informação, marca, sinal ou qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2;

II. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto na anteriormente, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentados separadamente, sendo que, em

todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III. Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

7.16.5. Os relatos referentes à Resolução de Problemas de Comunicação não podem se referir a trabalhos solicitados ou aprovados pela Município de Sananduva, no âmbito de seus contratos com as agências de propaganda.

8- JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

8.1. As Propostas Técnicas apresentadas pelos licitantes serão analisadas pela comissão Técnica, a qual verificará o atendimento das condições previstas neste Edital e em seus anexos.

8.2. Serão levados em conta pela comissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da proposta, em cada quesito ou subquesito abaixo elencados:

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Máximo de 70 pontos		
SUBQUESITO	PONTUAÇÃO	CRITÉRIOS
1 – Raciocínio Básico	Notas de 0 a 10, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende pouco; 4 a 6 – Atende medianamente; 7 a 8 – Atende bem; 9 a 10 – Atende com excelência.	a. Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b. Compreensão das informações contidas no ANEXO I ; c. Clareza e objetividade.
2 – Estratégia de Comunicação Publicitária	Notas de 0 a 20, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende muito pouco; 4 a 6 – Atende pouco; 7 a 9 – Atende medianamente; 10 a 13 – Atende relativamente bem; 14 a 17 – Atende bem; 18 a 20 – Atende com excelência.	a. Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no ANEXO I ; b. Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; c. Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; d. Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos

		demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.
3. Ideia Criativa	Notas de 0 a 25, sendo: 0 – Não atende 1 a 6 – Atende muito pouco; 7 a 10 – Atende pouco; 11 a 14 – Atende medianamente; 15 a 18 – Atende relativamente bem; 19 a 21 – Atende bem; 22 a 25 – Atende com excelência.	a. Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b. Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas da Prefeitura Municipal de Sananduva. c. Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; d. Pertinência entre as atividades da Prefeitura Municipal de Sananduva e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; e. Exequibilidade e economicidade das peças e do material; f. Clareza e objetividade das soluções apresentadas.
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	Notas de 0 a 15, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende muito pouco; 4 a 6 – Atende pouco; 7 a 9 – Atende medianamente; 10 a 13 – Atende bem; 14 a 15 – Atende com excelência	a. Conhecimento Técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b. Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c. Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento

QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Máximo de 15 pontos		
SUBQUESITO	PONTUAÇÃO	CRITÉRIOS
1 – Principais Clientes	Notas de 0 a 2, sendo: 0 – Não atende 1 – Atende; 2 – Atende com excelência.	0 - não comprovar ter possuído cliente da área pública; 1 ponto – comprovar possuir ou ter possuído apenas um Cliente da área pública; 2 pontos – comprovar possuir ou ter possuído dois Clientes da área pública.
2 – Qualificação técnica da equipe de profissionais	Notas de 0 a 5 pontos	Cálculo aritmético com base nas regras dos itens 8.6 e 8.7
3. Estrutura Física – instalações, infraestrutura e recursos materiais	Nota de 0 a 2, sendo: 0 – não atende; 1 – atende; 2 – atende com excelência.	0 – não comprovar; 1 ponto – comprovar possuir imóvel próprio ou locado para instalação da empresa; 2 pontos – comprovar possuir a exigência acima e parque de informática suficiente para sua equipe técnica.
4. Sistemática de atendimento	Nota de 0 a 3, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende; 3 – atende com excelência.	Critérios descritos no item 8.2.2.
5. Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas	Nota de 0 a 3, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende; 3- atende com excelência.	0 - não comprovar; 1 a 2 - comprovar utilizar pelo menos 2 das ferramentas (sendo 1 de auditoria de circulação e 1 de controle de mídia); 3 - comprovar utilizar mais de 2 ferramentas

QUESITO 3 – EXPERIÊNCIA DA EMPRESA Máximo de 15 pontos		
SUBQUESITO	PONTUAÇÃO	CRITÉRIOS

1 – Repertório	Notas de 0 a 5, sendo: 0 – Não atende 1 a 2 – Atende pouco; 3 a 4 – Atende. 5 – Atende com excelência	a. Consistência das relações de causa e efeito entre o desafio ou problema a ser resolvido e a solução proposta; b. Evidência de planejamento da solução, bem como qualidade na execução das soluções; c. Relevância dos resultados obtidos, com criatividade e clareza.
2 – Relato de Solução de Problemas de Comunicação	Notas de 0 a 10 pontos 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	a) Capacidade de síntese; b) Clareza e objetividade; c) Concatenação lógica entre desafio e solução criativa; d) Eficácia de soluções e resultados apontados.

8.2.1. Os critérios acima descritos serão entendidos conforme conceituação que segue abaixo explicitada:

8.2.1.1. Consistência: qualidade de apresentar coerência entre as partes e o todo;

8.2.1.2. Pertinência: aquilo que concerne ao assunto desta licitação, como delineado no Briefing;

8.2.1.3. Adequação: atendimento o mais perfeito possível, de forma organizada, às necessidades e objetivos do órgão licitante.

8.2.1.4. Relevância: o que tem importância ou relevo num contexto determinado;

8.2.1.5. Acuidade: qualidade de percepção de modo eficaz, sutileza e eficiência;

8.2.1.6. Síntese: capacidade de resumir determinado texto ou assunto, conservando a objetividade e clareza do mesmo, bem como a precisão de seu objeto.

8.2.2. Sistemática de atendimento:

8.2.2.1. Demonstração de conhecimento técnico sobre o cliente: 1 ponto;

8.2.2.2. Demonstração de conhecimento técnico sobre a dinâmica de um órgão público, prazos (urgentes ou não), cadeia de aprovação/decisões, atendimentos em

emergências, conhecimento sobre disponibilização de equipes/meios, coordenação no atendimento: 1 ponto;

8.2.2.3. Identificação de situações que reclamem respostas rápidas aos cases/problemas apresentados pelo cliente, com adoção de rotina diferenciada: 1 ponto.

8.2.3.A pontuação técnica de cada proposta corresponderá à soma dos pontos atribuídos aos quesitos.

8.3. A avaliação da experiência e capacidade em relação aos recursos humanos será feita considerando-se as exigências e a tabela de pontuação.

8.4. Para execução dos serviços, a licitante deverá possuir profissionais qualificados em número suficiente ao desenvolvimento das atividades, tendo em vista suas especificações qualitativas e quantitativas.

8.5. A qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante (exigida no quesito 2 supra) será avaliada com base na formação acadêmica e experiência desses profissionais exclusivamente na área de comunicação publicitária, sendo que a comprovação deverá ser feita pelo licitante, por meio do curriculum vitae resumido de cada profissional, devidamente acompanhado dos documentos comprobatórios das qualificações (formação acadêmica e experiência profissional) neles consignadas, por meio de certificados, declarações de tomadores de serviço, carteira de trabalho, contratos de prestação de serviço ou qualquer outro documento hábil, os quais devem ser apresentados no original, por meio de cópia autenticada.

8.6. A qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante (exigida no quesito 2 supra) será avaliada e receberá pontos de, no máximo, 5 (cinco), segundo as tabelas abaixo:

Formação Acadêmica	Sem formação na área	Superior incompleto	Superior Completo	Pós Graduação
Pontos	0	1	2	3
Experiência Profissional	Menor que 4 anos	4 a 8 anos	8 a 12 anos	Maior que 12 anos
	0	1	2	3

8.7. O valor final de pontos obtidos será dividido pelo número total de profissionais apresentados. Fica estabelecido que a licitante que apresentar a equipe mais qualificada tecnicamente, com maior soma de pontos, receberá pontuação máxima atribuída ao subquesto 2 do Quesito 2 (5 pontos). As demais licitantes receberão neste subquesto pontuação proporcional à máxima.

8.8. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal.

Pontuação. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética

dos pontos atribuídos individualmente pelos membros da comissão Técnica.

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

8.8.2. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da comissão Técnica autores das pontuações consideradas destoantes deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da comissão Técnica e será juntada aos autos do processo.

8.8.3. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

8.9. Desclassificação. Será desclassificada a Proposta Técnica que:

8.9.1. Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos.

8.9.2. Apresentar informação que permita, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária– Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

8.10. Crítérios de desempate. Havendo empate entre duas ou mais Propostas Técnicas, serão consideradas como mais bem classificados os licitantes que tiverem obtido as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos referente ao Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, previstos neste Edital. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio a ser realizado na segunda sessão pública, em ato público marcado pela Comissão Julgadora da Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 15 deste Edital e para o qual serão convidados todos os licitantes.

9 - APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

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

b) Datadas e assinadas nos documentos referidos nos itens 9.2, por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;

9.2. A licitante deverá apresentar Proposta de Preços Sujeitos à Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do modelo do **ANEXO XIII** deste Edital, bem como declaração de validade da proposta conforme modelo do **ANEXO V** deste Edital.

9.3. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante

e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

10 - VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

10.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços bem como a **proposta de preços que não atingir a pontuação mínima de 75 pontos na Nota da Proposta de Preços (NPP).**

10.3. No julgamento da Proposta de Preços, a Comissão de Contratação atribuirá o máximo de 100 pontos para a Nota da Proposta de Preços (NPP), conforme tabelas abaixo:

10.3.1. Percentual de desconto a ser concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de estado, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:

10.3.2. Percentual de honorários 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 conhecimentos pertinentes à execução do contrato;

10.3.3. Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

10.3.4. Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

10.4. A nota da Proposta de Preço (NPP) será apurada conforme a metodologia especificada nos itens seguintes.

10.4.1. A Comissão de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado conforme a seguinte tabela:

Quesitos - Descontos / Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos no subitem 9.3.1	P1 = 1,0 x Desconto
Percentual de honorários sobre os serviços previstos no subitem 9.3.2	P2 = 100 – Honorário proposto
Percentual de honorários sobre os serviços previstos no subitem 9.3.3	P3 = 100 – Honorário proposto
Percentual de honorários sobre os serviços previstos no subitem 9.3.4	P4 = 100 - Honorário proposto
Para efeitos de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos "desconto" e "honorários" serão substituídos nas fórmulas da coluna pontos pela respectiva porcentagem constante de sua planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo "%".	

10.4.2. A Comissão de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado conforme a seguinte tabela:

$$NPP = ((P1 / 2) + (P2 / 4) + (P3 / 4) + (P4 / 4)) / 1,25$$

10.4.2.1. Se houver divergência entre o valor em algarismo e o valor por extenso, constante na proposta, prevalecerá o valor por extenso.

10.4.2.2. Serão **desconsiderados** os valores obtidos após a segunda casa decimal.

10.5. A Proposta de Preços que obtiver a maior pontuação será considerada como a de menor preço.

11 - JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

11.1. O julgamento final das Propostas Técnica e de Preço desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei Federal n. 14.133/2021 para o tipo técnica e preço.

11.2. A Nota Final (NF) será calculada com duas casas decimais e obtida pela seguinte fórmula:

$$NF = (NPT \times 6) + (NPP \times 4)$$

11.3. Se após a apuração das notas houver empate que impeça a identificação automática da licitante mais bem classificada, será classificada a agência que obtiver a maior pontuação, sucessivamente nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

11.3.1. Se, após adotada a regra do item 11.3 persistir o empate o

desempate seguirá o previsto no art. 60, da Lei 14.133/2021 e, sucessivamente, se necessário, será feito por sorteio, a ser realizado em ato público marcado pela Comissão de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 15 deste Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

11.4. A Comissão de Licitação poderá negociar condições mais vantajosas com o proponente que ofertar a melhor proposta.

11.5. Será convocado o licitante subsequente, respeitado o ordenamento prévio, quando o licitante anterior for desclassificado ou inabilitado.

12 - ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

12.1. Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão de Licitação apenas pela licitante melhor classificada no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço, em sessão a ser realizada para esse fim.

12.1.1. Os documentos deverão estar acondicionados no invólucro nº5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Envelope nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 01/2025

12.1.2. O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

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

12.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista nos itens seguintes.

12.2.1. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA:

12.2.2. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO JURÍDICA:

I. Registro comercial, no caso de empresa individual (dispensável em caso de apresentação deste documento para o credenciamento do proponente durante a sessão pública);

II. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente

registrado na Junta Comercial, em se tratando de sociedades comerciais (dispensável em caso de apresentação deste documento para o credenciamento do proponente durante a sessão pública);

III. Documentos de eleição dos atuais administradores, tratando-se de sociedades por ações, acompanhados da documentação mencionada na alínea “b”, deste subitem (dispensável em caso de apresentação deste documento para o credenciamento do proponente durante a sessão pública);

IV. Decreto de autorização e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, tratando-se de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no país, quando a atividade assim o exigir (dispensável em caso de apresentação deste documento para o credenciamento do proponente durante a sessão pública).

V. Cédula de identidade do(s) sócio(s) ou do (s) diretor (es) (dispensável em caso de apresentação deste documento para o credenciamento do proponente durante a sessão pública).

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

12.2.3. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO FISCAL

I. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

II. Certificado de regularidade do FGTS, emitido pela Caixa Econômica Federal;

III. Certidões de regularidade com a Fazenda Federal (Certidão Conjunta de Débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União e Certidão relativa a Contribuições Previdenciárias); Fazenda Estadual e Fazenda Municipal (da sede do licitante);

IV. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), instituída pela Lei Federal n.º 12.440/2011;

V. Declaração do cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

12.2.5. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO ECONÔMICO FINANCEIRA:

I. Certidão Negativa de Falência, expedida pelo distribuidor Judicial da sede do Licitante, com antecedência máxima de até 60 (sessenta) dias corridos, contados da data prevista para a **abertura da licitação**;

II. Declaração sob as penas da lei, firmada pelo representante legal da licitante de que não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública (**ANEXO VI**);

III. Declaração que não emprega menores de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de qualquer trabalho a menor de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos, conforme artigo 7º, inciso XXXIII (**ANEXO IV**);

IV. Declaração de que não está impedido de contratar com a Administração Pública em razão da vedação constante no art. 14, IV, da Lei Federal nº 14.133/2021 (**ANEXO VIII**);

V. Declaração de que aceita e tem condições de executar integralmente as exigências do presente edital (**ANEXO IX**);

VI. Declaração 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 (**ANEXO X**);

VII. Declaração 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 (**ANEXO XI**);

12.2.3. DOCUMENTOS DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

12.2.3.1. Especificamente em relação à habilitação técnica, a licitante deverá apresentar:

I. declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no objeto;

II. A empresa deverá ser membra do CENP demonstrando através de certificação;

III. A empresa deverá ser membra do Sinapro (Sindicato das Agências de Propaganda);

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

b. O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão para Processamento e Julgamento de Licitação.

13 - ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.1. A Comissão de Licitação analisará os documentos de Habilitação e julgará habilitada a licitante que atender integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

13.2. Em caso de inabilitação da primeira colocada, a Comissão de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com convocação da próxima classificada no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos documentos, **no prazo de 8 (oito) dias úteis**, em atenção aos princípios da eficácia e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

13.3. Para a análise da habilitação das licitantes, também serão consultados:

13.3.1. A regularidade do licitante por meio de consulta pública à Certidão da Administração Pública Federal (Certidões APF – TCU), por meio do link <https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br/>

13.3.2. Cadastro de restrições ao direito de contratar com a Administração Pública (<https://crcap.tce.pr.gov.br/ConsultarImpedidos.aspx>).

13.4. A verificação pela Comissão de Licitação, em sítios eletrônicos oficiais de órgãos e entidades emissores de certidões constitui meio legal de prova, para fins de habilitação.

13.5. Na análise dos documentos de habilitação, a comissão de contratação poderá sanar erros ou falhas, que não alterem a substância dos documentos e sua validade jurídica, mediante decisão fundamentada, registrada em ata e acessível a todos, atribuindo-lhes eficácia para fins de habilitação e classificação.

13.6. A comprovação de regularidade fiscal e trabalhista das microempresas e das empresas de pequeno porte somente será exigida para efeito de contratação, e não como condição para participação na licitação (art. 4º do Decreto nº 8.538/2015).

13.7. Após a entrega dos documentos para habilitação, não será permitida a substituição ou a apresentação de novos documentos, salvo em sede de diligência, para (Lei 14.133/21, art. 64, e Ato da Presidência nº 134/2023, art. 35, §4º):

13.7.1. Complementação de informações acerca dos documentos já apresentados pelos licitantes e desde que necessária para apurar fatos existentes à época da abertura do certame; e

13.7.2. Atualização de documentos cuja validade tenha expirado após a data de recebimento das propostas;

14 - COMISSÃO DE LICITAÇÃO E COMISSÃO TÉCNICA

14.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas que será julgada pela comissão Técnica já escolhida conforme portaria municipal nº 1.037, de 24 de setembro de 2025.

14.2. A comissão técnica para contratação de serviços de publicidade e comunicação restou composta e escolhida na forma do art. 10, da Lei Federal nº. 12.232/2010.

15 - SESSÕES PÚBLICAS

15.1. Serão realizadas sessões públicas, de acordo com os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circuncidadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros e pelos representantes das licitantes presentes.

15.2. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido previamente neste Edital.

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

15.4. A Comissão de Licitação e a comissão Técnica, conforme o caso, cuidarão para que a interpretação e aplicações das regras estabelecidas neste edital e em seus Anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação, evitando-se o apego a formalismos exagerados, irrelevantes ou desarrazoados, que não contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidade de participação dos interessados.

15.5. A Comissão de Licitação e a comissão técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da Prefeitura Municipal, relevar aspectos puramente formais nas Propostas Técnicas e de Preço e nos documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

15.6. Os integrantes da comissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos arquivos com as Propostas de Preços.

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

15.8. Antes do aviso oficial do resultado da proposta técnica, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as propostas.

15.9. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão de Licitação ou a comissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

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

Primeira Sessão

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

I. Identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no item 5.1 deste Edital;

II. Receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4; e

III. Conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

15.12.1. O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Licitação se:

- I.** Não estiver identificado;
- II.** Não apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- III.** Não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Envelope no 2;
- IV.** Não estiver acondicionado em invólucro diferente do fornecido pela Prefeitura Municipal.

15.12.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nos incisos I a IV do item 15.12.1, a Comissão de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

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

- I.** Rubricar, no fecho, sem abri-los, os invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3; retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
- II.** Abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- III.** Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para rubricar e examinar, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
- IV.** Informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão por meio eletrônico.

15.12.2.1. A Comissão de Licitação, antes do procedimento previsto no inciso II do item 15.12.2, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

15.12.2.2. Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº1 e nº3, a Comissão de Licitação e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

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

15.12.4. Abertos os invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Licitação.

15.12.5. Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no item 15.12.6 e seguintes. Caso contrário, a Comissão de Licitação divulgará o resultado das decisões na forma do item 15, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

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

procedimentos:

I. Encaminhamento, pela Comissão de Licitação à comissão Técnica, dos invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

II. Análise individualizada e julgamento, pela comissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

III. Elaboração e encaminhamento, pela comissão Técnica à Comissão de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

IV. Encaminhamento, pela Comissão de Licitação à comissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

V. Análise individualizada e julgamento, pela comissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

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

15.12.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada, a comissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da comissão Técnica, até que expire recursos relativos a essa fase.

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

15.12.7. As planilhas previstas nos incisos III e VI do item 15.12.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento. Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

Segunda Sessão

15.13. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº1 e nº3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela comissão Técnica, a Comissão de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 15 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) Abrir os Invólucros nº 2;

c) Cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

d) Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito

de cada Proposta Técnica;

e) Proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para imediata manifestação de intenção de recurso, sob pena de preclusão.

15.13.1. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à comissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Licitação.

Terceira Sessão

15.14. A Comissão de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 15 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

I. Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

II. Abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preço cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada,

III. Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame dos documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

IV. Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

V. Informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das propostas será publicado na forma do item 15 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para imediata manifestação de intenção de recurso, sob pena de preclusão.

Quarta Sessão

15.15. A Comissão de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

I. Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

II. Receber e abrir o Invólucro nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

III. Analisar a conformidade dos documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

IV. Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5,

V. Informar:

a. Que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 15 deste Edital, com a indicação da licitante habilitada ou inabilitada, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para apresentação dos recursos;

b. Que será publicado na forma do item 15 deste Edital o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

16 - DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

16.1. Todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Município é obrigatória:

16.2. No sítio eletrônico oficial do Município de Sananduva;

16.3. Nas sessões públicas de abertura de arquivos;

16.4. Por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes;

17 - DOS RECURSOS

17.1. A interposição de recurso referente ao julgamento das propostas, à habilitação ou inabilitação de licitantes, à anulação ou revogação da licitação, observará o disposto no art. 165 da Lei nº 14.133, de 2021.

17.2. O prazo recursal é de 3 (três) dias úteis, contados da data de intimação ou de lavratura da ata.

17.3. Quando o recurso apresentado impugnar o julgamento das propostas ou o ato de habilitação ou inabilitação do licitante:

17.3.1. A intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, sob pena de preclusão;

17.3.1.1. O prazo para a manifestação da intenção de recorrer não será inferior a 10 (dez) minutos.

17.3.2. O prazo para apresentação das razões recursais será iniciado na data de intimação ou de lavratura da ata de habilitação ou inabilitação;

17.4. Os recursos deverão ser protocolados pessoalmente na prefeitura Municipal de Sananduva, ou enviados através do e-mail licitacao@sananduva.rs.gov.br.

17.5. O recurso será dirigido à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, a qual poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, encaminhar recurso para a autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

17.6. Os recursos interpostos fora do prazo não serão conhecidos.

17.7. O prazo para apresentação de contrarrazões ao recurso pelos demais licitantes será de 3 (três) dias úteis, contados da data da intimação pessoal ou da divulgação da interposição do recurso, assegurada a vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.

17.8. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do

ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

17.9. O acolhimento do recurso invalida tão somente os atos insuscetíveis de aproveitamento.

17.10. Os autos do processo permanecerão com vista franqueada aos interessados no Setor de Licitações do Município de Sananduva.

18 - DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES

18.1. O licitante ou o contratado será responsabilizado administrativamente pelas seguintes infrações:

- I.** Dar causa à inexecução parcial do contrato;
- II.** Dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- III.** Dar causa à inexecução total do contrato;
- IV.** Deixar de entregar a documentação exigida para o certame;
- V.** Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- VI.** Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade da sua proposta;
- VII.** Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;
- VIII.** Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;
- IX.** Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- X.** Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- XI.** Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- XII.** Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013;

18.2. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas previstas no item 13.1 deste Edital as seguintes sanções:

- I.** Advertência;
- II.** Multa de no mínimo 0,5% (cinco décimos por cento) e máximo de 30% (trinta por cento) do valor do objeto licitado ou contratado;
- III.** Impedimento de licitar e contratar, no âmbito da Administração Pública direta e indireta do órgão licitante, pelo prazo máximo de 3 (três) anos;
- IV.** Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

18.3. As sanções previstas nos incisos I, III e IV do item 18.2 do

presente Edital poderão ser aplicadas cumulativamente com a prevista no inciso II do mesmo item.

18.4. A sanção prevista no inciso I do item 18.2 será aplicada exclusivamente pela infração administrativa prevista no inciso I do item 18.1, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.

18.5. A sanção prevista no inciso III do item 18.2 será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos incisos II, III, IV, V, VI e VII do item 18.1, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.

18.6. A sanção prevista no inciso IV do item 18.2 será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos incisos VIII, IX, X, XI e XII do item 18.1, bem como pelas infrações administrativas previstas nos incisos II, III, IV, V, VI e VII do item 18.1 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave.

18.7. As sanções aplicadas obedecerão aos ritos estabelecidos nos arts 155 a 163 da Lei Federal nº 14.133/2021.

18.8. A aplicação de multa de mora não impedirá que a Administração a converta em compensatória e promova a extinção unilateral do contrato com aplicação cumulada de outras sanções, conforme previsto no item 18.2 do presente Edital.

18.9. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor de pagamento eventualmente devido pela Administração ao contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

18.10. A aplicação das sanções previstas no item 18.2 deste Edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à Administração Pública.

18.11. Na aplicação da sanção prevista no item 18.2, inciso II, do presente Edital, será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

18.12. Para aplicação das sanções previstas nos incisos III e IV do item 18.2 do presente Edital, o licitante ou o contratado será intimado para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

18.13. Na hipótese de deferimento de pedido de produção, de novas provas ou de juntada de provas julgadas indispensáveis pela comissão, o licitante ou o contratado poderá apresentar alegações finais no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de intimação.

18.14. Serão indeferidas pela comissão, mediante decisão fundamentada, provas ilícitas, impertinentes, desnecessárias, protelatórias ou intempestivas.

18.15. A personalidade jurídica poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso de direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos na lei ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com

poderes de administração, a pessoa jurídica sucessora ou a empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o sancionado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia.

18.16. É admitida a reabilitação do licitante ou contratado perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, exigidos, cumulativamente:

- I.** Reparação integral do dano causado à Administração Pública;
- II.** Pagamento da multa;
- III.** Transcurso do prazo mínimo de 1 (um) ano da aplicação da penalidade, no caso de impedimento de licitar e contratar, ou de 3 (três) anos da aplicação da penalidade no caso de declaração de inidoneidade;
- IV.** Cumprimento das condições de reabilitação definidas no ato punitivo;
- V.** Análise jurídica prévia, com posicionamento conclusivo quanto ao cumprimento dos requisitos definidos neste item.

18.17. A sanção pelas infrações previstas nos incisos VIII e XII do item 18.2 do presente Edital exigirá, como condição de reabilitação do licitante ou contratado, a implantação ou aperfeiçoamento de programa de integridade pelo responsável.

19 - DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

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

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

19.3. A impugnação e o pedido de esclarecimento poderão ser realizados das seguintes formas: através do e-mail licitacao@sananduva.rs.gov.br ou presencialmente na prefeitura Municipal de Sananduva.

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

19.3.2. A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pela Comissão de Licitação, nos autos do processo de licitação.

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

20 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

20.1. Será divulgada ata da sessão pública no sítio eletrônico oficial do Município, através do link <https://www.sananduva.rs.gov.br/pg.php?area=CONCORRENCIA>

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

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

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

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

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

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

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

20.9. O Edital e seus anexos estão disponíveis, na íntegra, no site do município www.sananduva.rs.gov.br

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

- I. ANEXO I-A - Termo de Referência**
- II. ANEXO I-B - BRIEFING**
- III. ANEXO II – Termo de Credenciamento;**
- IV. ANEXO III - Modelo de declaração de cumprimento dos requisitos de habilitação;**
- V. ANEXO IV - Modelo de declaração de que não emprega menor;**
- VI. ANEXO V – Modelo de declaração de validade da proposta;**
- VII. ANEXO VI – Modelo de declaração de idoneidade;**
- VIII. ANEXO VII – Modelo de declaração de enquadramento na Lei Complementar nº 123/2006 – ME/EPP;**
- IX. ANEXO VIII – Modelo de declaração de parentesco (vedação do art. 14, IV, da Lei Federal nº 14.133/2021);**
- X. ANEXO IX – Modelo de declaração de aceite;**
- XI. ANEXO X – Modelo de declaração de reserva de cargos;**

- XII. ANEXO XI** – Modelo de declaração de integralidade dos custos;
- XIII. ANEXO XII** – Minuta contratual;
- XIV. ANEXO XIII** – Modelo de proposta de preços sujeita a valoração;
- XV. ANEXO XIV** – Lista de composição da comissão técnica –
Membro com vínculo funcional ou contratual com o Município de Sananduva;
- XVI. ANEXO XV** - Lista de composição da comissão técnica – Membro
sem vínculo funcional ou contratual com o Município de Sananduva;

Sananduva, 09 de outubro de 2025.

CLAITON EDU MONTEIRO DE AGUIAR
PREFEITO MUNICIPAL

ANEXO I-A

TERMO DE REFERÊNCIA

O preço básico de referência para o objeto da presente licitação será nos valores a seguir relacionados, sendo que propostas com valores acima deste indicador não serão consideradas pela Administração Municipal para fins de contratação dos serviços.

1 – DEFINIÇÃO DO OBJETO

1.1 - O objeto do contrato será adjudicado a 01 (uma) agência de publicidade mediante processo licitatório na modalidade concorrência, presencial, com critério de julgamento técnica e preço.

1.2 – As propostas das licitantes deverão observar o Briefing e as orientações estabelecidas no Edital.

1.3 – A contratação adotará regime de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço global.

1.4 – O prazo de vigência do contrato será de 12 meses, contados a partir da assinatura do instrumento contratual, podendo ser prorrogado por interesse das partes, nos termos da lei 14.133/2021.

1.5 – Eventual prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da contratada, a ser efetuada pela contratante.

1.6 – O serviço de publicidade é caracterizado como de natureza contínua, evidenciada pela necessidade de um fluxo ininterrupto de atividades criativas, técnicas e estratégicas para atender às demandas institucionais e de comunicação pública. A prestação desse serviço requer um acompanhamento constante, a atualização recorrente de conteúdos e campanhas, e uma capacidade de resposta ágil às mudanças e necessidades emergentes.

1.7 – A contratação será regida pelas disposições da Lei n. 12.232/2010 e aplicação, de forma complementar, da Lei n. 14.133/2021, da Lei n. 4.680/1965 e decretos regulamentadores.

2 – FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

2.1 – Conforme Estudo Técnico Preliminar, a comunicação do Poder executivo Municipal baseia-se no princípio constitucional da publicidade, disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever do administrador de divulgar os atos praticados pela Administração, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades.

2.2 – A prefeitura municipal desempenha um papel essencial, representando os interesses dos cidadãos e garantindo o bom funcionamento da democracia. Para cumprir suas responsabilidades de forma eficaz, é fundamental que a Prefeitura Municipal mantenha um

canal de comunicação eficiente com a população. A divulgação das atividades, decisões e projetos legislativos é crucial para manter os municípios informados, promover a transparência e fortalecer a confiança pública.

2.3 - Apesar de suas importantes funções e das decisões que impactam diretamente a vida dos cidadãos, a prefeitura enfrenta um desafio significativo: a falta de visibilidade e engajamento público. A escassez de conscientização sobre suas atividades tem levado a uma desconexão entre a administração e a comunidade.

2.4 - Uma comunicação eficaz é essencial para que a administração cumpra seu papel de forma transparente e participativa. A ausência de divulgação adequada pode resultar em um déficit de informação entre os cidadãos, levando à desconfiança, falta de engajamento e percepção negativa da administração pública. Além disso, a comunicação ineficaz pode comprometer a compreensão da população sobre o funcionamento, impactando negativamente sua imagem.

2.5 – A publicidade permite a comunicação de maneira transparente com os cidadãos. Ao divulgar suas atividades, projetos e decisões por meio de canais publicitários adequados, como mídias digitais, impressas e eletrônicas, a prefeitura promove o engajamento cívico. Isso possibilita que os cidadãos estejam informados sobre as questões que afetam sua comunidade, incentivando uma maior participação na vida política e democrática da cidade. Além disso, a publicidade desempenha um papel crucial na construção da legitimidade e confiança nas instituições públicas. Ao destacar suas realizações e iniciativas, a prefeitura demonstra seu compromisso com o bem-estar da comunidade e sua capacidade de cumprir suas responsabilidades, fortalecendo a relação entre a administração e os cidadãos e promovendo um ambiente de confiança mútua e cooperação.

2.6 - A publicidade é também uma ferramenta eficaz para educar e conscientizar os cidadãos sobre temas relevantes, como direitos e deveres civis, políticas públicas. Adicionalmente, desempenha um papel fundamental na promoção da prestação de contas por parte da Administração Municipal.

2.7 - Ainda assim, existe a necessidade de produzir pesquisas de mercado e análises de público-alvo para desenvolver estratégias de comunicação específicas para a Prefeitura Municipal. Isso inclui identificar os canais de comunicação mais eficazes para alcançar os cidadãos, seja por meio de mídia tradicional, digital ou eventos comunitários.

2.8 - Além disso, é crucial conceber e implementar campanhas de conscientização sobre o papel e as atividades da Prefeitura Municipal, destacando sua importância para a comunidade e incentivando o engajamento cívico. Isso pode envolver a produção de materiais educativos, como vídeos explicativos, áudios, folhetos informativos e etc.

2.9 - A contratação de uma agência especializada permitirá à Prefeitura adotar uma abordagem profissional na criação e execução de campanhas publicitárias, assegurando que as mensagens sejam formuladas adequadamente e atinjam o público alvo de maneira eficaz.

2.10 - A contratação de empresa especializada para execução do objeto licitado está fundamentada no Estudo Técnico Preliminar.

3 – DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO

3.1 – Conforme Estudo Técnico Preliminar, a solução proposta pela Administração consiste na contratação de uma agência de publicidade e propaganda, nos termos da Lei nº 12.232/2010, para atender às necessidades de comunicação institucional do Município de Sananduva/RS.

3.2 - A prestação dos serviços abrange um conjunto integrado de atividades publicitárias, incluindo:

- I.** Estudo, planejamento e conceituação das estratégias de comunicação;
- II.** Criação e execução de campanhas publicitárias, peças gráficas, digitais, audiovisuais e materiais de apoio;
- III.** Intermediação e supervisão da execução externa, contratando fornecedores de bens e serviços especializados sempre que necessário;
- IV.** Distribuição da publicidade em veículos e meios de divulgação, de forma a garantir ampla capilaridade das mensagens institucionais.

3.3 - A agência selecionada atuará em nome e por conta da Prefeitura, zelando pela legalidade, economicidade e adequação técnica das ações, observando o caráter educativo, informativo e de orientação social da comunicação, vedada a promoção pessoal de autoridades ou agentes políticos.

3.4 - O modelo adotado será de execução indireta, sob regime de empreitada por preço unitário, assegurando previsibilidade de custos e maior controle administrativo. O critério de julgamento será técnica e preço, permitindo à Administração equilibrar qualidade das soluções propostas e eficiência no gasto público.

3.5 - Adicionalmente, a solução garante:

- I.** Qualificação técnica obrigatória da agência, com registro junto ao CENP e Sinapro;
- II.** Exigência de plano de comunicação publicitária como parte da proposta técnica, abrangendo raciocínio básico, estratégia de comunicação, ideia criativa e estratégias de mídia e não mídia;
- III.** Capacidade de atendimento comprovada, incluindo equipe qualificada, instalações adequadas, repertório de trabalhos e relatos de soluções de problemas de comunicação anteriores;
- IV.** Mecanismos de avaliação técnica detalhados, que asseguram a seleção da agência com maior capacidade de atender às necessidades de comunicação institucional do Município.

3.6 - Assim, a contratação se configura como a solução integral para o planejamento e execução das ações de publicidade e propaganda do Município, garantindo uniformidade na comunicação, alinhamento estratégico das mensagens, transparência e atendimento ao interesse público.

4 – REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

IV.1 – Os serviços objeto do presente Termo de Referência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº

4.680/1965.

4.2 - A agência atuará por ordem e conta do Município de Sananduva, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

4.3 - A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

4.4 - A Agência deverá apresentar os documentos de qualificação conforme constantes no item 12.2.1 e seguintes do edital.

4.5 - A contratada deverá observar Lei 12.232/2010 e Lei 4.680/1965, manter qualidade técnica, cumprir prazos, não subcontratar outra agência, preservar sigilo, respeitar LGPD, repactuar peças quando necessário, assegurar direitos de uso de imagens/fontes/músicas, entregar relatórios e mapas, manter equipe qualificada, vedar promoção pessoal.

5 – MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

5.1. A licitante deverá prestar mensalmente:

Até 03 campanhas publicitárias mensais completas, com peças para:

- TV
 - Rádio
 - Redes sociais
 - Jornais
 - Outdoor
 - Meios físicos e digitais
 - Até 20 peças gráficas diversas por mês, como:
 - Folders
 - Cartazes
 - Cards
 - Banners
 - Faixas, entre outros
 - Até 02 vídeos institucionais ou informativos por mês, com até 60 segundos cada.
 - Até 02 reuniões mensais de planejamento e acompanhamento estratégico.
 - Relatório de desempenho mensal, com:
 - Descrição das campanhas realizadas
 - Peças executadas
 - Resultados obtidos
 - Recomendações
 - Participação em ações institucionais ou eventos, desde que previamente previstas no Plano de Comunicação aprovado.
- Planejamento e execução de serviços de publicidade, incluindo:
- Estudo e planejamento de campanhas
 - Criação e concepção de peças
 - Produção gráfica e técnica

- Compra e simulação de mídia
- Controle de veiculação
- Supervisão da execução externa

Acompanhamento, manutenção e assistência técnica:

- Atendimento contínuo às demandas solicitadas pela Administração, respeitando os prazos definidos para cada serviço;
- Ajustes e adaptações de peças sempre que necessário, sem ônus adicional;
- Suporte técnico para adaptação de formatos e adequação a diferentes mídias;
- Disponibilização de equipe técnica qualificada para reuniões, apresentações e alinhamentos, presenciais ou virtuais;
- Fornecimento de indicadores qualitativos e quantitativos de desempenho das ações realizadas.

6 – MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

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

6.2 – A fiscalização atuará desde o início dos trabalhos até o recebimento definitivo dos serviços e será exercido no interesse exclusivo desta Municipalidade e não exclui nem reduz a responsabilidade da Contratada, inclusive de terceiros, por qualquer irregularidade.

6.2.1 – O Município reserva -se o direito de contratar, a qualquer tempo, empresa consultora para acompanhamento dos serviços.

6.3 - A fiscalização do presente contrato ficará a cargo do(s) servidor(es): Sergio Luiz Fracasso.

6.3.1 - Caberá a(os) fiscal(is) da contratação, verificar se os itens, objeto do presente Edital, atendem a todas as especificações e demais requisitos exigidos, bem como legitimar a liquidação dos pagamentos devidos ao contratado e participar de todos os atos que se fizerem necessários para o adimplemento a que se referir o objeto licitado, orientando as autoridades da necessidade de serem aplicadas sanções ou a rescisão contratual.

6.3.2 - O fiscal do contrato anotará todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º);

6.3.3 - Identificada qualquer inexatidão ou irregularidade, o fiscal do contrato informará ao gestor, para que sejam adotadas as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso.

6.3.4 - A omissão, total ou parcial, da fiscalização, não eximirá o fornecedor da integral responsabilidade pelos encargos ou serviços que são de sua competência.

6.5 - As solicitações, reclamações, exigências, observações e ocorrências

relacionadas com a execução do objeto deste Contrato, serão registradas pela Contratante, constituindo tais registros, documentos legais.

6.6 - A Gestão da presente Contratação ficará a cargo Sergio Luiz Fracasso.

7- CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO

7.1 – O pagamento pelos serviços será efetuado até o quinto dia útil do mês subsequente ao da constatação da prestação dos serviços, mediante a apresentação da nota fiscal correspondente, desde que devidamente atestada pelo Fiscal do Contrato, o qual confirmará a conformidade da execução com as obrigações contratuais e de relatório da quantidade de horas prestadas no mês e os serviços realizados.

7.2 – Os preços propostos serão considerados completos e abrangem todos os tributos (impostos, taxas, emolumentos, contribuições fiscais e para fiscais), transporte e qualquer despesa acessória e/ou necessária, não especificada neste Edital.

7.3 – O valor relativo ao objeto do presente contrato poderá ser reajustado a contar da data-base vinculada à contratação, através do índice a ser definido pelo CONTRATANTE (IGPM/FGV, IPCA-IBGE ou outro índice admitido), deduzido eventual antecipação concedida a título de reequilíbrio econômico-financeiro;

7.4 – O preço poderá ser alterado, na forma dos artigos 124 a 136 da Lei 14.133/2021 e, nos termos da letra “d” do supracitado artigo o contrato poderá ser alterado para restabelecer o equilíbrio econômico-financeiro na hipótese de sobrevirem fatos imprevisíveis, ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou ainda, em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe, configurando álea econômica extraordinária e extracontratual;

7.5 – O pedido de alteração de preço deverá ser endereçado ao Pregoeiro, que decidirá no prazo de 48 horas, cabendo ao contratado apresentar recurso no prazo de 24 horas ao Senhor Prefeito Municipal, que também decidirá no prazo de 48 horas. Em ambas as instâncias o pedido será analisado pela Assessoria Jurídica, que também emitirá parecer.

7.6 - É vedado ao contratado interromper o fornecimento dos produtos/serviços enquanto tramita o processo de revisão de preço, estando, caso contrário, sujeito às penalidades previstas.

7.7 – Não será efetuado qualquer pagamento ao CONTRATADO enquanto houver pendência de liquidação da obrigação financeira em virtude de penalidade ou inadimplência contratual, caso a compensação entre a sanção e o valor a ser pago não seja suficiente para saldar aquela, hipótese esta que primeira será realizada a compensação.

7.8 – A contratada suportará o ônus decorrente de atraso, caso as Notas Fiscais/Faturas contenham vícios ou incorreções que impossibilitem o pagamento.

7.9 – Conforme determinado pelo Decreto Municipal nº 7.341, de 20 de julho de 2022, fica ressalvado a aplicação da IN RFB nº 1.234/2012 ou a que vier a substituí-la nos termos do mencionado decreto.

7.10 - Ocorrendo atraso no pagamento, os valores serão corrigidos monetariamente pelo índice IGPM/FGV do período, ou outro índice que vier a substituí-lo, e a Administração compensará a contratada com juros de 0,5% ao mês, pro rata.

8 – FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

8.1 – Será selecionado o fornecedor que dentre a pontuação técnica e os valores propostos, for o mais bem classificado.

8.2 - Após, será feita conferência dos documentos de habilitação, sendo vencedor o licitante que cumprir com todos esses requisitos dispostos no edital.

9 – ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

9.1 – Para a presente contratação, foi realizada pesquisa de mercado, sendo feita análise em contratações semelhantes feita por outros órgãos da administração pública, chegando-se ao valor máximo conforme planilha abaixo:

ITEM	DESCRIÇÃO	QNT	UNID	VALOR MENSAL	VALOR TOTAL ANUAL
1	Serviços de publicidade e propaganda	12	MESES	ATÉ R\$ 9.800,00	ATÉ R\$ 117.600,00

10 – ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

10.1 – A despesa para a execução dos objetos licitados correrá por conta das Dotações Orçamentárias especificadas na lei-de-meios em execução, sob o código n. 0301 2042 339039000000 (130), com recursos próprios.

Sananduva RS, 09 de outubro de 2025.

SERGIO LUIZ FRACASSO
Secretário de Planejamento e Administração

ANEXO I-B

BRIEFING

Como metodologia de avaliação e, levando em conta seu objetivo específico, o presente briefing prevê a realização de uma campanha focada no destaque microrregional do Município de Sananduva conquistou no decorrer dos anos, como forma de mostrar os benefícios de se viver em SANANDUVA, e assim atrair novos investidores e parceiros para o crescimento da cidade.

Sananduva ocupa um lugar de destaque entre os municípios da microrregião do Nordeste do Estado. Abrange uma área de 494 km², de posição geográfica privilegiada. Segundo os dados do IBGE, possui uma população de 15.359 habitantes. A principal atividade econômica está ligada à agricultura e à pecuária. O cooperativismo e a agroindústria ocupam um papel muito importante no desenvolvimento econômico. A industrialização da madeira e a metalurgia também se destacam na formação do Produto Interno Bruto. O comércio e a prestação de serviços, nas mais diferentes atividades profissionais, oferecem à população local e regional produtos de alta qualidade. O progresso alcançado é resultado do trabalho e dedicação de todos aqueles que ao longo da história colaboraram com o crescimento da comunidade.

✓ **OBJETIVO:** O objetivo da campanha é apresentar os benefícios de viver em Sananduva/RS e fomentar o investimento no município, para o público alvo e sociedade.

✓ **PÚBLICO ALVO:** Sociedade em geral; Entidades Parceiras; Entidades Educacionais e de Pesquisa, Ciência, Tecnologia e Inovação; aceleradoras ou outros mecanismos de promoção e apoio à geração de novos empreendimentos inovadores.

✓ **ORÇAMENTO:** Esta campanha publicitária terá como verba total R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) a serem investidos nos custos de criação, produção e mídia, conforme o planejamento publicitário adotado pela agência e que seja de preferência regional, que constará nos quesitos de avaliação dos resultados.

✓ **PERÍODO DA CAMPANHA:** Esta campanha vai se estender dos meses de janeiro de 2026 março de 2026.

✓ **RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO:** A Prefeitura possui seu site oficial (www.sananduva.rs.gov.br), além das redes sociais Facebook (facebook.com/PrefeituraSananduva) e Instagram ([@prefeituradesananduva](https://instagram.com/prefeituradesananduva)).

Da Proposta Técnica

As Propostas Técnicas das licitantes habilitadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas no edital e seus anexos.

A Proposta Técnica corresponderá a 70% da valoração total, nos termos do art. 36, § 2º, sendo obtido a nota final da Proposta Técnica, efetuando -se a ponderação aritmética na devida proporção.

A nota da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos, será apurada conforme especificações descritas no edital.

ANEXO II

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

MODELO DE TERMO DE PROCURAÇÃO/CREDENCIAMENTO

A empresa (razão social da licitante), com sede na Rua (endereço completo da licitante), na cidade de (nome da cidade), Estado de (nome do Estado), inscrita no CNPJ sob o nº (nº do CNPJ) neste ato representada pelo (a) Sr.(.). (nome do representante legal da licitante), portador do RG nº (nº do RG do representante legal da licitante) e do CPF nº (nº do CPF do representante legal da licitante) nos termos de seu Estatuto Social, pela presente CREDENCIA O(A) Sr.(.). (nome do representante credenciado pela licitante), portador do RG nº (nº do RG do representante credenciado pela licitante) e do CPF nº (nº do CPF do representante credenciado pela licitante) para representá-la na presente licitação, promovida pela Prefeitura Municipal de Sananduva, OUTORGANDO-LHE plenos poderes para prestar esclarecimento, concordar, desistir, tomar deliberações, interpor recursos, renunciar ao direito de interpor recurso, renunciar ao recurso, negociar novas condições, assinar termos de compromisso, transigir, firmar recibos, assinar atas e outros documentos, acompanhar todo o processo licitatório até o seu final, tomar ciência das deliberações da Comissão Técnica e da Comissão de Licitação, podendo para tanto, praticar todos os atos necessários à plena participação de nossa empresa na presente licitação e tudo o mais que se faça necessário para o bom e fiel cumprimento deste mandato.

(Local e data).

Assinatura do(s) dirigente(s) da empresa

Assinatura do credenciado pela empresa

Obs.: 1. Caso o contrato social ou o estatuto determinem que mais de uma pessoa deva assinar o credenciamento, a falta de qualquer uma delas invalida o documento para os fins deste procedimento licitatório.

2. Esta declaração deverá ser apresentada juntamente com os demais documentos de credenciamento, conforme item 5 do presente Edital.

ANEXO III

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DOS REQUISITOS DE
HABILITAÇÃO**

_____, inscrita no CNPJ sob nº _____, estabelecida na rua _____, na cidade de _____, representada neste ato por _____ (procurador, sócio, etc.), (qualificação), portador do CPF _____, residente e domiciliado _____, declara para fins de participação conforme edital de Concorrência Pública Presencial nº 001/2025, do Município de Sananduva, que cumpre com os requisitos de habilitação.

(Local e data).

Assinatura do representante legal

Obs.: 1. Esta declaração deverá ser apresentada juntamente com os demais documentos de credenciamento, conforme item 5 do presente Edital.

ANEXO IV

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE NÃO EMPREGA MENORES

_____, na cidade de _____, representada neste ato por _____ (procurador, sócio, etc.), (qualificação), portador do CPF _____, residente e domiciliado _____, declara para fins do disposto na Lei Federal nº 9.854, de 27/10/1999, inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal e para participação conforme edital de Concorrência Pública Presencial nº 001/2025, do Município de Sananduva, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz ()

(Local e data).

Assinatura do representante legal

Obs.: 1. Esta declaração deverá ser apresentada juntamente com a proposta de preços, conforme item 9 do presente Edital.

2. Em caso afirmativo, assinalar a condição de aprendiz acima.

ANEXO V

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

MODELO DE VALIDADE DA PROPOSTA

_____, inscrita no CNPJ sob nº _____, estabelecida na rua _____, na cidade de _____, representada neste ato por _____ (procurador, sócio, etc.), (qualificação), portador do CPF _____, residente e domiciliado _____, declara para fins de participação conforme edital de Concorrência Pública Presencial nº 001/2025, do Município de Sananduva, que a proposta emitida por esta empresa tem a validade de 60 (sessenta) dias.

(Local e data).

Assinatura do representante legal

Obs.: 1. Esta declaração deverá ser apresentada juntamente com a proposta, conforme item 5 do presente Edital.

ANEXO VI

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

MODELO DE DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE

_____, inscrita no CNPJ sob nº _____, estabelecida na rua _____, na cidade de _____, representada neste ato por _____ (procurador, sócio, etc.), (qualificação), portador do CPF _____, residente e domiciliado _____, declara para fins de participação conforme edital de Concorrência Pública Presencial nº 001/2025, do Município de Sananduva, que não foi declarada inidônea para licitar com a Administração Pública, nos termos do artigo 94, § 4º da Lei Federal nº 14.133/2021, bem como comunicarei qualquer fato ou evento superveniente à entrega dos documentos para cadastramento, que venha alterar a atual situação quanto à capacidade jurídica, técnica, regularidade fiscal e econômico-financeira.

(Local e data).

Assinatura do representante legal

Obs.: 1. Esta declaração deverá ser apresentada juntamente com os demais documentos de habilitação, conforme item 12 do presente Edital.

ANEXO VII

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO NA LEI COMPLEMENTAR
Nº 123/2006 – ME/EPP

(NOME DA EMPRESA) _____, CNPJ nº _____, sediada (endereço completo) _____, **DECLARA**, sob as penas da lei, que se enquadra no Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, em conformidade com o art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006 e alterações posteriores, não se enquadrando em nenhuma das hipóteses do § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006 e alterações posteriores, atendendo ainda ao disposto no art. 4º, § 2º da Lei Federal nº 14.133/2021 sendo que no ano-calendário da realização desta licitação ainda não celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

Local e data, _____, ____ de _____ de _____.

(nome e identificação do contador)

Obs.: 1. Esta declaração deverá ser apresentada juntamente com os demais documentos de credenciamento, conforme item 5 do presente Edital.

ANEXO VIII

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE PARENTESCO (INEXISTENCIA DE
PARENTESCO COM A ADMINISTRAÇÃO)**

_____, inscrita no CNPJ sob nº _____, estabelecida na rua
_____, na cidade de _____, representada neste ato por
_____ (procurador, sócio, etc.), (qualificação), portador do CPF _____,
residente e domiciliado _____, declara para fins de participação conforme
edital de Concorrência Pública Presencial nº 001/2025, do Município de Sananduva, que não
incorre nas vedações constantes no art. 14, IV da Lei Federal nº 14.133/2021.

(Local e data).

Assinatura do representante legal

Obs.: 1. Esta declaração deverá ser apresentada juntamente com os demais documentos de habilitação, conforme item 12 do presente Edital.

ANEXO IX

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ACEITE

_____, inscrita no CNPJ sob nº _____, estabelecida na rua _____, na cidade de _____, representada neste ato por _____ (procurador, sócio, etc.), (qualificação), portador do CPF _____, residente e domiciliado _____, declara para fins de participação conforme edital de Concorrência Pública Presencial nº 001/2025, do Município de Sananduva, que aceita e tem condições de executar integralmente as condições do presente Edital .

(Local e data).

Assinatura do representante legal

Obs.: 1. Esta declaração deverá ser apresentada juntamente com os demais documentos de habilitação, conforme item 12 do presente Edital.

ANEXO X

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

MODELO DE DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DA RESERVA DE CARGOS

_____, inscrita no CNPJ sob nº _____, estabelecida na rua _____, na cidade de _____, representada neste ato por _____ (procurador, sócio, etc.), (qualificação), portador do CPF _____, residente e domiciliado _____, declara para fins de participação conforme edital de Concorrência Pública Presencial nº 001/2025, do Município de Sananduva, 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 .

(Local e data).

Assinatura do representante legal

Obs.: 1. Esta declaração deverá ser apresentada juntamente com os demais documentos de habilitação, conforme item 12 do presente Edital.

ANEXO XI

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

MODELO DE DECLARAÇÃO DE INTEGRALIDADE DOS CUSTOS

_____, inscrita no CNPJ sob nº _____, estabelecida na rua _____, na cidade de _____, representada neste ato por _____ (procurador, sócio, etc.), (qualificação), portador do CPF _____, residente e domiciliado _____, declara para fins de participação conforme edital de Concorrência Pública Presencial nº 001/2025, do Município de Sananduva, que sua proposta econômica compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega da proposta.

(Local e data).

Assinatura do representante legal

Obs.: 1. Esta declaração deverá ser apresentada juntamente com os demais documentos de habilitação, conforme item 12 do presente Edital.

ANEXO XII

MINUTA CONTRATUAL

CONTRATO Nº ____/2025

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA.

O **MUNICÍPIO DE SANANDUVA/RS**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ nº 87.613.543/0001-62, com sede na Av. Fiorentino Bacchi, nº 673, nesta cidade de Sananduva, Estado do Rio Grande do Sul, neste ato representado por seu Prefeito Municipal, Sr. Claiton Edú Monteiro de Aguiar, doravante denominado CONTRATANTE, e a empresa _____, inscrita no CNPJ sob nº _____, com sede na Rua _____, nº __, Cidade de _____, Estado de _____, neste ato representada por seu (sócio/representante legal) Sr(a). _____, portador(a) da Cédula de Identidade nº _____ e do CPF nº _____, doravante denominada CONTRATADA, resolvem celebrar o presente CONTRATO ADMINISTRATIVO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, resultante da Concorrência Pública Presencial nº 001/2025, do tipo Técnica e Preço, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1. O presente contrato tem por objeto a contratação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades integradas de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade em veículos e demais meios de divulgação, conforme especificações constantes no Edital da Concorrência Pública Presencial nº 001/2025 e seus anexos, especialmente o Termo de Referência (Anexo I-A) e o Briefing (Anexo I-B).

CLÁUSULA SEGUNDA – DA EXECUÇÃO

2.1. A execução dar-se-á de forma indireta, sob o regime de empreitada por preço global, observadas as condições e prazos estabelecidos no Edital e nesta minuta.
2.2. A CONTRATADA compromete-se a manter equipe técnica qualificada e infraestrutura necessária à perfeita execução dos serviços.

CLÁUSULA TERCEIRA – DO PRAZO

3.1. O prazo de vigência do presente contrato será de 12 (doze) meses, contado da assinatura, podendo ser prorrogado nos termos do art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

CLÁUSULA QUARTA – DO VALOR

4.1. O valor mensal estimado para a execução do objeto é de R\$ ____ (valor por extenso), totalizando até R\$ ____ (valor por extenso) no período contratual, conforme proposta vencedora e planilha de preços.

CLÁUSULA QUINTA – DO PAGAMENTO

5.1. O pagamento será efetuado até o quinto dia útil do mês subsequente à prestação dos serviços, mediante apresentação da nota fiscal atestada pelo Fiscal do Contrato, acompanhada de relatório detalhado das horas e serviços realizados.

5.2. Os preços contratados abrangem todos os custos, tributos, encargos sociais e trabalhistas, transporte e quaisquer despesas necessárias à execução.

5.3. Em caso de atraso de pagamento, incidirão correção monetária pelo IGPM/FGV (ou outro índice substitutivo) e juros de 0,5% ao mês, pro rata dia.

5.4. A despesa para a execução dos objetos licitados correrá por conta das Dotações Orçamentárias especificadas na lei-de-meios em execução, sob o código n. 0301 2042 339039000000 (130), com recursos próprios.

CLÁUSULA SEXTA – DO REAJUSTE

6.1. O valor contratado poderá ser reajustado após 12 (doze) meses da data-base, conforme índice definido pelo CONTRATANTE (IGPM/FGV, IPCA/IBGE ou outro admitido em lei).

CLÁUSULA SÉTIMA – DAS ALTERAÇÕES E REEQUILÍBRIO

7.1. O contrato poderá ser alterado, nos termos dos arts. 124 a 136 da Lei nº 14.133/2021, para restabelecer o equilíbrio econômico-financeiro diante de fatos imprevisíveis ou previsíveis de consequências incalculáveis, caso fortuito, força maior ou fato do príncipe.

CLÁUSULA OITAVA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

8.1. A CONTRATADA deverá:

- a) executar fielmente os serviços, conforme as normas do edital e seus anexos;
- b) observar o caráter educativo, informativo ou de orientação social da publicidade, sendo vedada a promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;
- c) manter, durante a execução, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas;
- d) responsabilizar-se integralmente pelos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais resultantes do contrato.

8.2. A contratada deverá obrigatoriamente fornecedor no mínimo o seguinte:

I. **Até 03 campanhas publicitárias mensais completas**, com peças para:

- a) TV
- b) Rádio
- c) Redes sociais
- d) Jornais
- e) Outdoor
- f) Meios físicos e digitais

II. **Até 20 peças gráficas diversas por mês**, como:

- a) Folders
- b) Cartazes
- c) Cards
- d) Banners
- e) Faixas, entre outros

III. **Até 02 vídeos institucionais ou informativos por mês**, com até 60 segundos cada.

IV. Até 02 reuniões mensais de planejamento e acompanhamento estratégico.

V. Relatório de desempenho mensal, com:

- a) Descrição das campanhas realizadas
- b) Peças executadas
- c) Resultados obtidos
- d) Recomendações

VI. Participação em ações institucionais ou eventos, desde que previamente previstas no Plano de Comunicação aprovado

VII. Planejamento e execução de serviços de publicidade, incluindo:

- a) Estudo e planejamento de campanha
- b) Criação e concepção de peças
- c) Produção gráfica e técnica
- d) Compra e simulação de mídia
- e) Controle de veiculação
- f) Supervisão da execução externa

CLÁUSULA NONA – DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

9.1. O CONTRATANTE se obriga a:

- a) fornecer as informações e subsídios necessários para execução dos serviços;
- b) efetuar os pagamentos nas condições avençadas;
- c) fiscalizar e acompanhar a execução do contrato por intermédio de servidor designado.

CLÁUSULA DÉCIMA – DA FISCALIZAÇÃO

10.1. A fiscalização ficará a cargo do Fiscal do Contrato, o Sr. _____, designado por portaria, cabendo-lhe atestar a conformidade da execução e comunicar ao gestor do contrato quaisquer irregularidades.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS PENALIDADES

11.1 O inadimplemento das obrigações sujeitará a CONTRATADA às penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021 e no edital, inclusive advertência, multa, suspensão temporária ou declaração de inidoneidade.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA RESCISÃO

12.1. O contrato poderá ser rescindido nos casos previstos nos arts. 137 a 141 da Lei nº 14.133/2021.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

13.1. Integram este contrato, independentemente de transcrição, o Edital da Concorrência Pública Presencial nº 001/2025 e todos os seus anexos, inclusive a proposta da CONTRATADA.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DO FORO

14.1. Fica eleito o Foro da Comarca de Sananduva/RS, com renúncia a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir quaisquer litígios oriundos deste contrato.

E, por estarem justos e acordados, firmam o presente contrato em _ (__) vias de igual teor, na presença das testemunhas abaixo.

Sananduva/RS, _ de ____ de 2025.

CLAITON EDU MONTEIRO DE AGUIAR
PREFEITO MUNICIPAL
CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

ANEXO XIII

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITA À VALORAÇÃO
PROPOSTA COMERCIAL SUJEITA À VALORAÇÃO

Concorrência Pública Presencial nº 001/2025

Município de Sananduva/RS

LICITANTE: _____

CNPJ: _____

ENDEREÇO: _____

TELEFONE/EMAIL: _____

A empresa (razão social da licitante) _____, sediada à _____ (endereço completo), com Inscrição Estadual nº _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, tendo recebido todos os documentos e informações necessárias para o cumprimento integral das obrigações do objeto da presente licitação, que trata da CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS AO MUNICÍPIO DE SANANDUVA - RS, CONFORME ESTABELECE A LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010, após cuidadoso exame e estudo do Edital e seus anexos, e estando de acordo com seus termos e com a legislação nele indicada, vimos apresentar a nossa proposta no valor de R\$ _____, (_____) mensais, onde estão incluídos todos os encargos sociais e trabalhistas. Obrigamo-nos, caso nos seja adjudicado o objeto da licitação em causa, a comparecer na data, horário e local estabelecido pela Comissão de Licitação, para proceder à assinatura do Contrato.

Sananduva/RS, _ de ____ de 2025

Nome e Assinatura do Representante Legal
(Nome completo – Cargo – RG – CPF)

ANEXO XIV

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

**LISTA DE COMPOSIÇÃO DE COMISSÃO TÉCNICA COM VÍNCULO
FUNCIONAL OU CONTRATUAL COM O MUNICÍPIO DE SANANDUVA**

Conforme portaria municipal nº 1.037, de 24 de Setembro de 2025, a qual constitui subcomissão técnica especial para atuar em processos licitatórios para contratação de agência de marketing e publicidade e dá outras providências, os membros selecionados para compor comissão após regular processo de acordo com a previsão legal da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, os membros escolhidos através de sorteio para compor a comissão técnica e que possuem vínculo funcional ou contratual com o Município de Sananduva são:

- JOSIMAR SAUER, nomeado Assessor de Secretaria através do Decreto Municipal nº 7.920, de 08 de janeiro de 2025;

ANEXO XIV

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

**LISTA DE COMPOSIÇÃO DE COMISSÃO TÉCNICA SEM VÍNCULO FUNCIONAL
OU CONTRATUAL COM O MUNICÍPIO DE SANANDUVA**

Conforme portaria municipal nº 1.037, de 24 de Setembro de 2025, a qual constitui subcomissão técnica especial para atuar em processos licitatórios para contratação de agência de marketing e publicidade e dá outras providências, os membros selecionados para compor comissão após regular processo de acordo com a previsão legal da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, os membros escolhidos através de sorteio para compor a comissão técnica e que **não** possuem vínculo funcional ou contratual com o Município de Sananduva são:

- ROBSON VINICIOS DUARTE KALB;
- SIMONE BORGES;