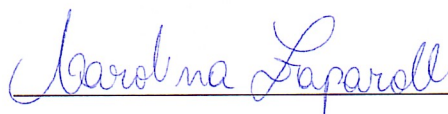


COMUNICADO DE RETIFICAÇÃO DE EDITAL

A Agente de Contratação abaixo mencionada comunica a todos os interessados que o Edital de Processo Licitatório CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025 (*Objeto: 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*) terá que ser alterado, em virtude da necessidade de adequação dos termos que regem o presente certame. Nesse passo, o edital será ajustado e republicado assim que possível, alterando-se o prazo inicialmente estabelecido para sessão pública, conforme previsão legal. As republicações ocorrerão na forma do art. 55, § 1º da Lei Federal nº 14.133/2021.

Sananduva, 28 de novembro de 2025.

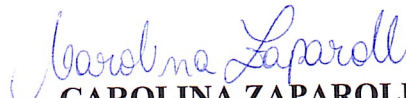


CAROLINA ZAPAROLLI

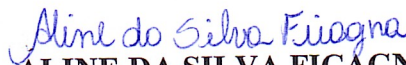
Presidente da Comissão de Contratação

ATA

Aos vinte e oito dias do mês de novembro de dois mil e vinte e cinco, junto à sala do Setor de Licitações, restou realizada a análise do Edital de CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025 (*Objeto: 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*), quanto o pedido de retificação encaminhado pela Secretaria Municipal de Planejamento e Administração, datada de 27/11/2025 (vinte e sete de novembro de dois mil e vinte e cinco), cuja cópia segue em anexo à presente ata, o qual solicita a retificação do referido instrumento convocatório para adequação dos termos que regem o presente certame. Sendo assim, opina-se pelo acatamento do documento em sua integralidade, devendo ser realizada a **retificação do edital para alteração/correção dos termos mencionados e sua consequente republicação**, na forma do disposto no art. 55, § 1º da Lei Federal nº 14.133/2021, **sendo alterada a data inicialmente aprazada para sessão pública**. Nada mais havendo a constar, foi lavrada a presente ata que segue assinada pelos presentes.


CAROLINA ZAPAROLLI

Presidente


ALINE DA SILVA FICAGNA

Secretária


SUZANA RIBEIRO POTHIN

Secretária

DECISÃO ADMINISTRATIVA – RETIFICAÇÃO DE EDITAL

Processo Licitatório: Concorrência Pública Presencial nº 001/2025

Objeto: Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda para Prestação de Serviços ao Município de Sananduva - RS.

I – RELATÓRIO

Considerando que, no curso da análise realizada por esta Secretaria, foi identificada divergência entre o Anexo XIII – Modelo de Proposta e o disposto na Cláusula 10 do Edital, referente à Valoração das Propostas de Preços, ocasionando inconsistências nos critérios de julgamento;

Considerando, ainda, que se verificou incompatibilidade entre o objeto principal descrito no edital e o critério de julgamento previsto como “empreitada global”, o que pode comprometer a correta interpretação e execução do certame;

Considerando, por fim, a existência de outros pontos pontuais que igualmente demandam ajustes redacionais e formais, visando à completa regularidade e coerência do instrumento convocatório;

Encaminho, por meio deste, a solicitação de retificação de ofício do edital, a fim de sanar as inconsistências apontadas e assegurar a observância aos princípios da legalidade, coerência, isonomia e segurança jurídica.

Devem ser alterados os seguintes itens:

Onde se lê:

Item 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, 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.

Leia-se:

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.

Onde se lê:

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.**

Leia-se:

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 **dois dias úteis anteriores à realização do certame.**

Onde se lê:

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.

Leia-se:

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) As quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
- e) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

Onde se lê:

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.

Leia-se:

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 dos serviço da agência, também, desconsiderados os custos sobre todos serviços/produção/impressão de fornecedores de materiais

físicos como outdoor, cartaz, folder, flyer, entre outros, bem como os custos sobre a produção/edição dos materiais, como vídeo, áudio, entre outros.

Onde se lê:

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.

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

Quesitos - Descontos / Honorários	Pontos (P)
<u>Percentual de desconto</u> sobre os custos dos serviços previstos no subitem 9.3.1	P1 = 1,0 x Desconto
<u>Percentual de honorários</u> sobre os serviços previstos no subitem 9.3.2	P2 = 100 – Honorário proposto
<u>Percentual de honorários</u> sobre os serviços previstos no subitem 9.3.3	P3 = 100 – Honorário proposto
<u>Percentual de honorários</u> 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.

Leia-se:

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), para a Nota da Proposta de Preços (NPP), sendo 100 pontos para a primeira proposta com menor valor, 80 pontos para a segunda proposta com o menor valor, 60 pontos para a terceira proposta de menor valor, e assim sucessivamente, reduzindo 20 pontos para cada proposta. Obs.: As propostas que obtiverem notas negativas, consideram-se como nota 0 (zero).

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

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

Onde se lê:

ANEXO I-A

TERMO DE REFERÊNCIA

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.

Leia-se:

ANEXO I-A
TERMO DE REFERÊNCIA

5 – MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

5.1. A licitante deverá prestar mensalmente:

No mínimo 03 campanhas publicitárias mensais completas, com peças para:

- TV
- Rádio
- Redes sociais
- Jornais
- Outdoor
- Meios físicos e digitais
- No mínimo 20 peças gráficas diversas por mês, como:
 - Folders
 - Cartazes
 - Cards Digitais para redes sociais
 - Banners
 - Faixas, entre outros
- No mínimo 02 vídeos institucionais ou informativos por mês, com até 60 segundos cada.
- No mínimo 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.

Onde se lê:

**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).

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.

Leia-se:

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 a serem investidos em conformidade com o item 7 - Entrega da Proposta Técnica e com 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).

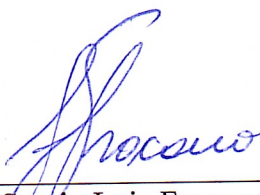
Da Proposta Técnica

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.

Sananduva/RS, 27 de Novembro de 2025.



Sérgio Luiz Fracasso
Secretário de Planejamento e Administração