EDITAL

CONCORRÊNCIA Nº 00002/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 00002/2025
CRITÉRIO: TÉCNICA E PREÇO
ÓRGÃO REALIZADOR DO CERTAME: PREFEITURA MUNICIPAL DE SERRA BRANCA
RUA RAUL DA COSTA LEÃO, Nº 196, CENTRO,
SERRA BRANCA, ESTADO DA PARAÍBA.
CEP: 58.580–000, TELEFONE: (083)3354-1225.
E-mail: licitacao@serrabranca.pb.gov.br

O Órgão Realizador do Certame acima qualificado, inscrito no CNPJ Nº 08.874.695/0001-42, torna público para conhecimento dos interessados que fará realizar através da Comissão de Contratação e Comissão Especial, no endereço acima, **às 09:00 horas do dia de 29 de agosto de 2025**, Licitação na Modalidade Concorrência Nº 00002/2025, com critério de Julgamento Técnica e Preço, regulada pelas disposições previstas na Lei Federal Nº 12.232 de 2010, e, subsidiariamente, pelas Leis Federais Nº 4.680/65 e Nº 14.133 de 2021, e demais normas aplicáveis, obedecendo às exigências e condições estabelecidas neste Edital.

Data de abertura da sessão pública: **29 de agosto de 2025**.
Horário: **09:00 – horário de Brasília.**
Local: Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba,
Rua Raul da Costa Leão Nº 196, Centro.

1.0. DO OBJETO

1.1. O Objeto da Licitação é a **PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, CONFORME A LEI FEDERAL Nº 12.232 DE 2010, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRALMENTE, QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIAÇÃO, A EXECUÇÃO EXTERNA, A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE DE CARÁTER INSTITUCIONAL DE COMPETÊNCIA DO MUNICÍPIO**.

1.2. Também fazem parte do Objeto do certame, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
a. Ao planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do Contrato;
b. A criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de Comunicação Publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
c. À produção e à execução técnica das peças e/ou material criados.
1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na "alínea a" do Subitem 1.1. terão a finalidade específica de:
a. Gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
b. Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
c. Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do Contrato.
1.2.2. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações, previstas na "alínea a" do Subitem 1.1., de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o Objeto do Contrato de Prestação de Serviços de Publicidade.
1.2.3. A contratação dos serviços, elencados no Objeto, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

1.2.4. O planejamento, previsto no Item 1., objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais - off-line, como digitais - on-line, para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.
1.3. É vedado incluir outros serviços não previstos nos Itens 1. e 1.1., em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa, e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, conforme preconiza a Lei Federal Nº 12.232 de 2010.
1.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no Subitem Anterior, os patrocínios publicitários de projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.
1.3.2. Os patrocínios publicitários, mencionados no Item 1.2.1., os quais não são vedados, correspondem aos projetos de mídia realizados por meio da compra de espaços e/ou tempo publicitários em veículos de comunicação e divulgação, decorrentes da necessidade de associar uma marca, produto ou mensagem à transmissão de algum evento e/ou projeto esportivo, cultural, informativo ou de entretenimento.
1.4. Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Poder Executivo.
1.5. O Contratado atuará por ordem e conta do Contratante, em conformidade com o Artigo 3º da Lei Federal Nº 4.680/65, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o Subitem 1.1., e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.
1.6. Os recursos orçamentários ao cumprimento do Contrato decorrente desta Licitação serão oriundos da fonte orçamentária dos Recursos Ordinários da Prefeitura Municipal Serra Branca, Estado da Paraíba, dentro da previsão orçamentária para gastos com divulgação institucional, publicidade e propaganda, estimados em R$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).
1.7. As despesas decorrentes da presente Licitação serão com recursos de:
01.01 - GABINETE DO PREFEITO
04.131.2010.2003 - MANTER AS ATIVIDADES DE ASSESSORIA DE IMPRENSA
500 - Recursos não Vinculados de Impostos
3.3.90.39.01 - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA
02.01 - SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
04.122.2002.2005 - MANUTEÇÃO DAS ATIVIDADES DA SEC DE ADM E FINANÇAS
500 - Recursos não Vinculados de Impostos
3.3.90.39.01 - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA
1.8. O Contratante se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba indicada no Item 1.6.
1.9. O prazo de vigência do Contrato, será de 12 (doze) meses, podendo, por interesse da Administração, ser prorrogado na forma do Artigo 107 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.
1.9.1. No interesse do Contratante, o valor inicial atualizado do Contrato poderá ser aumentado ou suprimido até o limite de 25% (vinte e cinco por cento), nos termos do Artigo 125 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.
1.9.1.1. O Licitante Vencedor fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições licitadas, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários;

2.0. DO EDITAL
2.1. Este Edital, com seus elementos constitutivos, será obtido pelos interessados, nos dias úteis, de segunda à sexta-feira, no horário das 08:00h às 13:00h (horário de Brasília), a partir da data da sua emissão, na sede da Comissão de Contratação, situada no endereço mencionado no preâmbulo deste Edital, na página oficial da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, no Endereço: licitacao@serrabranca.pb.gov.br, como também no Mural de Licitações do Tribunal de Contas do Estado da Paraíba.

3.0. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA
3.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação, exceto a análise e julgamento das Propostas Técnicas, que será feita pela Subcomissão Técnica.

3.1.1. A Subcomissão Técnica será constituída por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que pelo menos 1 (um) deles não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Contratante.

3.1.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública a ser realizada antes da Sessão de Recebimento das Propostas, entre os nomes de uma relação previamente cadastrados, nos termos do Artigo 10 da Lei Federal Nº 12.232 de 2010.
3.2. Caberá à Subcomissão Técnica:
3.2.1. Analisar individualmente e julgar o Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de soluções de Problemas de Comunicação em conformidade com os termos deste Edital;
3.2.2. Notificar à Comissão de Contratação, que desclassificará os Licitantes que desatenderem as exigências legais e as estabelecidas neste Edital, em especial as relacionadas a aposição de marca, sinal, etiqueta ou palavra que possibilite a identificação dos Licitantes no Envelope Nº 1 e/ou documentos neles contidos.
3.2.3. Produzir e encaminhar à Comissão de Contratação, todos os documentos necessários ao atendimento dos termos deste Edital, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas dos Licitantes, neles compreendidas as planilhas com as pontuações dos quesitos e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram, em cada caso;
3.2.4. Manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos Licitantes relativos ao Julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Contratação.

4.0. DAS ALTERAÇÕES E ESCLARECIMENTOS
4.1. As dúvidas decorrentes da interpretação deste Edital poderão ser esclarecidas, desde que encaminhadas à Comissão de Contratação e protocoladas em até 3 (três) dias úteis antes da data fixada para recebimento das Propostas Técnicas e de Preços, no seguinte endereço:

À PREFEITURA MUNICIPAL DE SERRA BRANCA
Concorrência Presencial Nº 00001-2025
Endereço: Raul da Costa Leão, Nº 196, Centro
Serra Branca, Estado da Paraíba.
Telefone: (83) 3355-1188
Email: licitacao@serrabranca.pb.gov.br

4.2. Os Licitantes não devem utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária - ENVELOPE Nº 1, a Identificação da sua Proposta Técnica perante a Subcomissão Técnica.

4.3. A Comissão de Contratação poderá emitir Alterações e/ou Esclarecimentos aos documentos que integram este Edital, para revisar e/ou modificar quaisquer de suas partes, observando o Parágrafo 1º do Artigo 55 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.

5.0. DA IMPUGNAÇÃO DO ATO CONVOCATÓRIO
5.1. A impugnação a este ato convocatório e seus Anexos, poderá ser feita por qualquer pessoa, por irregularidade na aplicação da Lei Federal Nº 14.133 de 2021 e suas alterações, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data fixada para recebimento das Propostas Técnicas e de Preços, devendo a administração julgar e responder à impugnação em até 3 (três) dias úteis, conforme Artigo 164 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021;
5.1.1. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgada em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.
5.2. Qualquer pedido de impugnação deverá ser encaminhado por e-mail ou protocolado na sala de reuniões da Comissão de Contratação, de segunda à sexta-feira, das 08:00 às 13:00.
5.3. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste Item será recebida como mera informação.
5.4. A impugnação feita tempestivamente pelo Licitante não o impedirá de participar do Processo Licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ele pertinente.

6.0. DO RECURSOS ADMINISTRATIVOS

6.1. Dos atos da Administração, decorrentes da aplicação da Lei Federal Nº 14.133 de 2021, e suas atualizações, caberá:
I. Recurso, no prazo de 3 (três) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da Ata nos casos de:

a. Ato que defira ou indefira pedido de pré-qualificação de interessado ou de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento;
b. Julgamento das Propostas;
c. Ato de Habilitação ou Inabilitação do Licitante;
d. Anulação ou Revogação da Licitação;
e. Extinção do Contrato, quando determinada por ato unilateral e escrito da Administração;
II. Pedido de reconsideração, no prazo de 3 (três) dias úteis, contado da data de intimação, relativamente a ato do qual não caiba recurso hierárquico.
6.2. Quanto ao Recurso apresentado em virtude do disposto na "alínea b" e "alínea c" do Item I do 6.1., serão observadas as seguintes disposições:
6.2.1. A intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, sob pena de preclusão, e o prazo para apresentação das razões recursais previsto no Item I do 6.1. será iniciado na data de intimação ou de lavratura da Ata de Habilitação ou Inabilitação;
6.2.2. A apreciação dar-se-á em fase única.
6.3. O Recurso de que trata o Item I do 6.1. será dirigido à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, que, se não reconsiderar o ato ou a decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, encaminhará o recurso com a sua motivação à autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.
6.4. O acolhimento do recurso implicará invalidação apenas de ato insuscetível de aproveitamento.
6.5. O prazo para apresentação de contrarrazões será o mesmo do recurso e terá início na data de intimação pessoal ou de divulgação da interposição do recurso.
6.6. Será assegurado ao Licitante vista dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.
6.7. Os recursos interpostos fora dos prazos não serão conhecidos.

7.0. DA CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO
7.1. Poderão participar da presente Licitação as empresas brasileiras ou estrangeiras em funcionamento no país, legalmente constituídas e estabelecidas, que atendam às condições exigidas neste Edital.
7.2. Os serviços de publicidade previstos neste Edital serão contratados com Agência de Propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal Nº 4.680/65, e que tenham obtido Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento.
7.2.1. O Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento previsto no Caput deste Artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais querepresentam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.
7.3. Será vedada a participação de empresa na Licitação:
a. Cuja falência tenha sido declarada, em concurso de credores, em dissolução, em liquidação, e em consórcio de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição.
b. Que por qualquer motivo tenha sido Declarada Inidônea por qualquer órgão da Administração Pública, Direta ou Indireta, Federal, Estadual ou Municipal.
c. Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de Licitação ou estiver impedida de contratar com a Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba;
d. Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba;
e. As pessoas físicas e jurídicas de que trata o Artigo 14 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021;
f. Que não possua como Objeto Social a atividade de agência de publicidade;
g. Que apresente o Envelope Nº 1 diferente daquele fornecido pela Comissão de Contratação.
7.4. A participação na presente Licitação implica e fará prova de que o Licitante:
a. Conhece e concorda com todas as especificações e condições do Edital e seus Anexos, com aceitação integral e irretratável de todos os seus termos, Cláusulas e condições, submetendo-se às condições nele estabelecidas;
b. Não tem dúvidas sobre quaisquer documentos que compõem o Edital, não podendo reivindicar posterior desconhecimento ou falta de recebimento de quaisquer das partes que o integram;
c. Considera que o Edital e seus Anexos referentes a esta Licitação permitiram a elaboração de uma proposta totalmente satisfatória.
d. Confirma que recebeu o Envelope Nº 1, fornecido pela Comissão de Contratação, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação deste certame.

7.5. Nenhum Licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.

8.0. DA REPRESENTAÇÃO E DO CREDENCIAMENTO

8.1. Os licitantes interessados poderão estar presentes por meio de um representante legal, com poderes para intervir nas fases do procedimento licitatório, devendo, no ato de entrega dos Envelopes, apresentar documento de credenciamento de acordo com o "Modelo de Carta de Credenciamento" (Anexo VI), separadamente dos Envelopes, acompanhado de documento que o identifique como representante do Licitante, de acordo com uma das seguintes formas:

8.1.1. Em sendo procurador legalmente constituído para tal fim, deverá apresentar instrumento público de procuração ou instrumento particular, com firma reconhecida em cartório, assinada pelo representante legal da empresa, acompanhada de cópia da cédula de identidade ou outro documento
de identificação pessoal de fé pública e cópia autenticada do respectivo Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado no órgão de registro de comércio competente.

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

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

8.2. As Empresas de Pequeno Porte - EPP e Microempresas - ME que pretendam sua inclusão no Regime Diferenciado concedido pela Lei Complementar Nº 123 de 2006, pelo Decreto Nº 32.056, de 2011, do Estado da Paraíba, e combinado com a Lei Federal Nº 147 de 2014, deverão apresentar, ainda no credenciamento, em Anexo a Declaração firmada pelo contador da empresa, que se enquadra como como Empresa de Pequeno Porte - EPP ou Microempresas - ME e/ou Certidão Simplificada emitida pela Junta Comercial do Estado a que pertença, com data de expedição de até 60 (sessenta) dias em relação a data de Abertura da Licitação;

8.2.1. A apresentação da declaração mencionada no Subitem Anterior é facultativa e deverá ser entregue tão-somente pelos Licitantes efetivamente enquadrados que pretendam se beneficiar do regime legal diferenciado e que não tenham sido alcançados por alguma hipótese de exclusão do tratamento jurídico diferenciado.

8.2.2. A participação em Licitação na condição de Empresas de Pequeno Porte – EPP, Microempresas - ME ou Cooperativa Equiparada, sem que haja o enquadramento nessas categorias, ensejará a aplicação das sanções previstas em Lei e a exclusão do regime de tratamento diferenciado. A Comissão de Contratação poderá realizar diligências para verificar a veracidade da declaração.

8.3. A não utilização da faculdade prevista no Subitem 8.2., será considerado que o Licitante optou por renunciar aos benefícios previstos na Lei Complementar Nº 123 de 2006, o Decreto Nº 32.056, de 2011 do Estado da Paraíba e combinado com a Lei Federal Nº 147 de 2014 e o Decreto Nº 8.538 de 2015.

8.4. A ausência do documento de credenciamento ou sua incorreção não excluirá o Licitante do certame, porém impedirá o representante de manifestar-se ou praticar qualquer ato inerente à Licitação.

8.5. Em todas as fases desta Concorrência será admitido apenas um representante por Licitante e não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de um Licitante.

8.6. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do Processo Licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento perante a Comissão de Contratação.

8.7. Caso o Licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos Envelopes diretamente à Comissão de Contratação, na data, hora e local indicados neste Edital.

8.8. Os documentos necessários para a representação dos Licitantes nas sessões deverão ser entregues à Comissão de Contratação e serem apresentados fora dos Envelopes que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do Processo Licitatório.

9.0. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. Os documentos deverão ser acondicionados em Envelopes Identificados conforme a seguir:

9.1.1. O Envelope N° 1 será fornecido pela Comissão de Contratação, em até 24 (vinte e quatro) horas antes da data de abertura do Certame, mediante recibo identificado, e a pedido do Licitante.

9.1.2. Os Envelopes Nos 2, 3, 4 e 5 serão providenciados pelo Licitante e poderão ser constituídos por embalagem(ns) adequada(s) às características de seu conteúdo, desde que inviolável(is) quanto às informações de que tratam, até a sua abertura.
9.1.3. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, conforme as orientações para a elaboração descritas no Anexo II do Edital.

DO ENVELOPE Nº 1
9.2. O Envelope Nº 1 deverá conter a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no Briefing, e será composto, conforme determina o Artigo 7º da Lei Federal Nº 12.232 de 2010, de:
I. Raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de Comunicação Publicitária do Contratado, e a compreensão do Licitante sobre o Objeto da Licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;
II. Estratégia de Comunicação Publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Contratado;
III. Ideia Criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de Comunicação Publicitária;
V. Estratégia de mídia e não mídia, em que o Licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de Comunicação Publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no Briefing, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.
9.3. Somente será aceita pela Comissão de Contratação a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária no Envelope Nº 1, o qual será fornecido pela Comissão de Contratação.
9.4. O Envelope Nº 1 será padronizado e fornecido pela Comissão de Contratação, sem nenhum tipo de identificação na parte externa, para preservar, até a abertura do Envelope Nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.
9.5. O Envelope Nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Envelope Nº 2, o sigilo quanto à sua autoria.

O Envelope Nº 1 não poderá:
a. Ter nenhuma identificação;
b. Apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação do Licitante;
c. Estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação do Licitante.

DO ENVELOPE N º 2
9.6. O Envelope Nº 2 (Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária) terá o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa, nos termos do Artigo 9º, Parágrafo 2º, da Lei Federal Nº 12.232 de 2010.
9.7. O Envelope Nº 2 deverá ser fechado e rubricado no fecho, e identificado em seu exterior com os seguintes dados:

ENVELOPE Nº 2
Concorrência Nº
Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
(Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia)
Nome e CNPJ do Licitante:

9.8. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada - deverá ser datado e assinado na última página, bem como rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação do Licitante.

9.9. O Envelope Nº 2 deverá ser providenciado pelo 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.

DO ENVELOPE Nº 3

9.10. O Envelope Nº 3 deverá conter os documentos relativos à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e ao Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, devendo os documentos nele acondicionados terem a identificação do Licitante, bem como serem assinados na última página e rubricados nas demais.

9.10.1. O Envelope Nº 3 deverá ser providenciado pelo 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.

9.11. O Envelope Nº 3 deverá ser fechado e rubricado no fecho, e identificado em seu exterior com os seguintes dados:

ENVELOPE Nº 3
Concorrência Nº
Proposta Técnica – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação
Nome e CNPJ do Licitante:

9.12. O Envelope Nº 3 e os documentos nele contidos não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada - Envelope Nº 1 - e que permita a identificação da autoria deste, antes da abertura do Envelope Nº 2.

DO ENVELOPE Nº 4

9.13. A Proposta de Preços deverá ser acondicionada no Envelope Nº 4.

9.13.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada com a identificação do Licitante, redigida com clareza, sem emendas, rasuras, acréscimos ou entrelinhas, datada, assinada na última folha e rubricada nas demais pelo responsável ou procurador do Licitante devidamente credenciado, elaborada nos termos da minuta constante do Anexo IV.

9.13.2. Os critérios de apresentação e julgamento da Proposta de Preços encontram-se no Anexo III.

9.13.2.1. A Proposta de Preços deverá, sob pena de Desclassificação, conter declaração de que suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas Leis Trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas.

9.13.3. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade do 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.

9.13.4. O Envelope Nº 4 deverá ser providenciado pelo 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.

9.14. O Envelope Nº 4, deverá estar fechado e rubricado no fecho, e ser identificado em seu exterior com os seguintes dados:

ENVELOPE Nº 4
Concorrência Nº
Proposta de Preços
Nome e CNPJ do Licitante:

DO ENVELOPE N. 5

9.15. O Envelope Nº 5, não transparente, devidamente lacrado e rubricado no fecho, deverá acondicionar os documentos de Habilitação do Licitante, nos termos do Inciso XI do Artigo 11 da Lei Federal Nº 12.232 de 2010.

9.15.1. O Envelope Nº 5 deverá ser providenciado pelo 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.

9.16. O Envelope Nº 5 deverá ser fechado e rubricado no fecho e identificado com os seguintes dados:

Envelope Nº 5
Concorrência Nº
Documentos de Habilitação
Nome e CNPJ do Licitante:

9.17. O Envelope Nº 5 deverá ser apresentado pelos Licitantes, após a publicação do resultado do julgamento final das Propostas, em sessão pública específica, cujo local e data serão previamente divulgados na Imprensa Oficial, devendo conter os documentos de Habilitação que estão relacionados no Item 11. deste EditalI
9.18. A documentação exigida para a Habilitação, descrita no Item 11., deverá ser apresentada em 1 (uma) via preferencialmente encadernada, de forma a não conter folhas soltas, em original, ou cópia da frente e do verso; publicação em órgão da imprensa oficial ou, ainda, por cópias simples, desde que acompanhadas dos respectivos originais para serem conferidos e autenticados pela Comissão de Contratação, preferencialmente, até 48 (quarenta e oito) horas antes da data de abertura da sessão, e deverão ter todas as suas páginas, preferencialmente, numeradas em ordem crescente e rubricadas pelo representante legal do Licitante.
9.18.1. A prova de autenticidade de cópia de documento público ou particular poderá ser feita perante agente da Administração, mediante apresentação de original ou de declaração de autenticidade por advogado, sob sua responsabilidade pessoal;
9.18.2. O reconhecimento de firma somente será exigido quando houver dúvida de autenticidade, salvo imposição legal.

10.0. DO JULGAMENTO
10.1. Para efeito de avaliação do Plano de Comunicação Publicitária, o Licitante deverá apresentar uma campanha simulada, sobre o tema hipotético "A Prefeitura do Município de Serra Branca e a Valorização da Educação Pública na Volta às Aulas", conforme Briefing em Anexo.

10.2. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS
10.2.1. As Propostas Técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao Objeto Licitado definidos neste Edital por Subcomissão Técnica especificamente designada para este fim, conforme normativas da Legislação em vigor, aferindo-se a Nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da Proposta do Licitante.
10.2.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de Julgamento Técnico, os atributos da Proposta Técnica conforme Itens a seguir, tendo cada quesito ou Subquesito Objetos específicos para análise.

10.3. ATRIBUTOS DE AVALIAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:
10.3.1. Raciocínio Básico – serão analisados a acuidade de compreensão e análise:
a. Sobre a natureza e a extensão do Objeto da Licitação e presença de dados que referenciem esta acuidade;
b. Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, conforme discorre o Briefing Anexo a este Edital;
c. Das necessidades de comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s), conforme Briefing em Anexo l.
10.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária – serão observadas nas Propostas dos Licitantes:
a. A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, e os seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específicos, de comunicação, conforme o Briefing em Anexo;
b. A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
c. A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, com seus públicos a partir da eventual implantação da campanha;

d. A adequação e a exequibilidade da estratégia de Comunicação Publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, conforme o Briefing em Anexo;
e. A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesada estratégia de Comunicação Publicitária proposta e táticas derivadas;

f. A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, e os seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível conforme o Briefing em Anexo;
g. A composição de pontos de contato com os diversos públicos constantes em Briefing e sua tangibilização em estratégia pertinente ao desafio proposto;
h. As referências estratégicas capazes de alimentar os pontos fundamentais do plano de comunicação com destaque para as questões de público (quantitativas e comportamentais), forma, temporalidade e meios utilizados.
10.3.3. Ideia Criativa – serão observadas nas Propostas dos Licitantes:
a. Sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, conforme o Briefing em Anexo.
b. Sua adequação à estratégia de Comunicação Publicitária sugerida pelo Licitante;
c. Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
d. A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
e. A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
f. A unidade entre as peças que compõem a campanha;
g. A simplicidade da forma sob a qual se apresenta, bem como sua capacidade de síntese;
h. Sua pertinência às atividades da comunicação de utilidade pública da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
i. Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados;
j. A exequibilidade das peças e/ou do material e sua composição imagética e de conteúdo;
k. A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos substratos midiáticos e aos públicos propostos.
l. O manejo e adequação da linguagem e composição imagética, demonstrada em sua unidade criativa e qualidade técnica e exemplos apresentados.
10.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia – serão observadas nas Propostas dos Licitantes:
a. O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritário constantes no Briefing e seus desdobramentos de target;
b. A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos, tanto demográficos quanto psicográficos, bem como uso de fontes confiáveis;
c. A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores, evidenciada pelo suporte de dados que norteiam essa simulação;
d. A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba;
e. A proporcionalidade na distribuição dos recursos entre suas alíneas;
f. A economicidade e consciência na aplicação da verba de mídia disponível, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material e suas justificativas táticas e disponibilidade de métricas que as embasem;
g. A otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa;
h. A existência de descritivos claros, em valores percentuais e absolutos, capazes de resumir a proposta apresentada e sua proporcionalidade.
10.3.5. Capacidade de Atendimento – serão observadas nas Propostas dos Licitantes:
a. A consonância da atual carteira com os problemas e desafios da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba;
b. A formação dos profissionais do Licitante em atividades publicitárias e de comunicação integrada;
c. A adequação das qualificações e da quantificação desses profissionais à estratégia de Comunicação Publicitária institucional da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba;

d. A adequação das instalações, da infraestrutura (física e de tecnologia da informação) e dos recursos materiais e de segurança que estarão à disposição na execução do Contrato;
e. A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, e o Licitante, esquematizado na proposta, incluindo sistematização de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, fluxos de trabalho, além das demais questões que explicitam o funcionamento deste relacionamento, tais como o trato das informações e segurança;

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 o Licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, sem ônus adicional, durante a Vigência do Contrato, bem como dos periódicos assinados disponíveis para a equipe do Licitante;
g. A existência de equipe dedicada/exclusiva discriminada de forma específica para o trato da conta de comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nesta condição.

10.3.6. REPERTÓRIO – serão observadas nas Propostas dos Licitantes:
a. A Ideia Criativa e sua adequação e pertinência ao problema que o Licitante se propôs a resolver e ao segmento de atuação da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba;
b. A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção e construção criativa em cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;
c. A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;
d. A exequibilidade das soluções diante das verbas claramente propostas, pela facilidade de implantação e sua relação particular com o impacto desejável junto aos públicos para as quais foram desenvolvidas;
e. A diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba.

10.3.7. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
Serão observadas nas Propostas dos Licitantes:
a. A evidência de planejamento publicitário detectada na transformação dos cenários aprsentados em novos dados e conclusões estratégicas a partir do Briefing proposto pelo Contratado;
b. A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
c. A relevância dos resultados apresentados a partir da solução de comunicação apresentada pelo Licitante e dela derivados;
d. A concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso.

10.4. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA
10.4.1. A Nota da Proposta Técnica será apurada atribuindo aos quesitos ou Subquesitos, no máximo, os seguintes pontos, no total de 100 (cem), distribuídos conforme descritos nos Itens a seguir.
10.4.2. Raciocínio Básico: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:
a. Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais da comunicação de utilidade pública da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba – até 1,0 (um) ponto;
b. Conhecimento genérico dos serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, em todas as áreas contempladas pelo Edital - até 2,0 (dois) pontos;
c. Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, tanto em sua missão na construção de publicidades educativas, quanto no âmbito da linha de atuação em questão. - até 3,0 (três) pontos;
d. Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação - até 4,0 (quatro) pontos.
10.4.3. Estratégia de Comunicação: máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:
a. A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação das campanhas institucional da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, e a(os) seus (s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação - até 5,0 (cinco) pontos;
b. A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos pela candidata e sua riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, com seus públicos até 5,0 (cinco) pontos;
c. Desenvolvimento, adequação/pertinência e exequibilidade da estratégia de Comunicação Publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, incluindo as determinações do Planejamento capazes de guiar as diretrizes criativas e de mídia da proposta - até 6,0 (seis) pontos;

d. A consistência lógica da argumentação apresentada em defesa da estratégia de Comunicação Publicitária proposta e sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação, públicos e verba - até 4,0 (quatro) pontos.

10.4.4. Ideia Criativa: máximo de 21 (vinte e um) pontos, da seguinte forma:

a. Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha propostos em Briefing - até 6,0 (seis) pontos;

b. Capacidade de síntese da estratégia de comunicação e manejo/adequação da linguagem, demonstrados em sua unidade criativa e qualidade técnica dos exemplos apresentados – até 4,0 (quatro) pontos;

c. Cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida - até 4,0 (quatro) pontos;

d. Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e exequibilidade das soluções diante das verbas disponíveis – até 7,0 (sete) pontos.

10.4.5. Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 14 (quatorze) pontos, da seguinte forma:

a. Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação (psicográficos e sócio demográficos) – até 3,0 (três) pontos.

b. Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, bem como da busca de fontes para embasar estes dados - até 3,0 (três) pontos;

c. Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços do Licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa – até 4,0 (quatro) pontos;

d. Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, incluídas métricas e rentabilidades mensuráveis – até 4,0 (quatro) pontos.

10.4.6. Capacidade de Atendimento: máximo de 15,0 (quinze) pontos, da seguinte forma:

a. Capacidade geral de atendimento revelada pelo Licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores do Licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba – até 4,0 (quatro) pontos;

b. Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade (fluxo e normas), segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à Prefeitura Municipal de Serra Branca, na escolha de soluções alternativas – até 6,0 (seis) pontos;

c. A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, bem como a qualidade da definição técnica especificamente destes profissionais à disposição – até 5,0 (cinco) pontos.

10.4.7. Repertório: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

a. Capacidade técnica e artística revelada pelo Licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa - até 4,0 (quatro) pontos;

b. A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas - até 2,0 (dois) pontos;

c. Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação educativa e do setor público - até 4,0 (quatro) pontos.

10.4.8. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10,0 (dez) pontos, da seguinte forma:

a. A evidência de planejamento publicitário - até 2,0 (dois) pontos;

b. A consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta - até 2,0 (dois) pontos;

c. A relevância dos resultados apresentados diante dos desafios - até 3,0 (três) pontos;

d. A concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso – até 3,0 (três) pontos.

10.5. DA ESCALA DE AVALIAÇÃO

10.5.1. Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos Subitens Anteriores serão considerados, como notas máximas, para efeito de atribuição das notas.

10.5.2. A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais.
10.5.3. Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou Subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 5 (cinco) Níveis de Notas, de acordo com escala aqui proposta referente à nota máxima de cada quesito ou Subquesito:
a. Não abordado ou Erroneamente abordado - 0% da nota máxima;
b. Insuficientemente abordado - 30% da nota máxima;
c. Parcialmente abordado - 50% da nota máxima;
d. Satisfatoriamente abordado - 70% da nota máxima;
e. Totalmente abordado - 100% da nota máxima.
10.5.4. Para efeito de avaliação do Item do conteúdo de cada Quesito ou Subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como referência os seguintes conceitos para cada um dos níveis de avaliação:

Não abordado ou Erroneamente abordado - Quando a proposta não contempla e/ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o Quesito ou Subquesito em Julgamento, conforme Briefing e critérios estabelecidos no Edital para o aspecto para ser avaliado, contendo grandes desvios e/ou erros grosseiros, e pouco compatíveis com o critério.

Insuficientemente Abordado - Quando a proposta contempla de forma insuficiente (claramente incompleta) os aspectos que constituem o Quesito ou Subquesito em Julgamento, conforme Briefing e critérios estabelecidos no Edital para o aspecto a ser avaliado, com pequenos e não relevantes desvios do solicitado.

Parcialmente Abordado - Quando a proposta contempla alguns aspectos relevantes do Quesito ou Subquesito em Julgamento, conforme Briefing e critérios estabelecidos no Edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Satisfatoriamente Abordado - Quando a proposta contempla os principais aspectos que constituem o Quesito ou Subquesito em Julgamento, conforme Briefing e critérios estabelecidos no Edital, atendendo a normativa técnica.

Totalmente Abordado - Quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos que constituem o Quesito ou Subquesito em Julgamento conforme Briefing e critérios estabelecidos no Edital, sem desvios e, apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério.

10.5.5. A Nota de cada Quesito corresponderá à média aritmética das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, a qual deverá elaborar ata de julgamento dos quesitos e Subquesitos da Proposta Técnica, bem como de planilhas com as pontuações e respectiva justificativa escrita das razões que fundamentaram tais pontuações em cada caso, de acordo com os Incisos IV, V e VI do Parágrafo 40 do Artigo 11 da Lei Federal Nº 12.232 de 2010.
10.5.6. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um Quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte porcento) da pontuação máxima atribuída a cada Licitante no quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das avaliações, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.
10.5.7. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do Quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao Quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica e passará a compor o processo desta Licitação.

10.6. DA DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS
10.6.1. Será Desclassificada a Proposta que:
a. Não atender às exigências do Edital, do Estudo Técnico Preliminar e de seus Anexos;
b. Não alcançar, somadas todas as etapas, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
c. Obtiver pontuação 0,0 (zero) em quaisquer dos quesitos.

10.7. DA ESCALA DE CLASSIFICAÇÃO TÉCNICA

10.7.1. As Propostas Técnicas serão Classificadas pela Ordem Decrescente de Pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos, respeitado o mínimo de 50 (cinquenta) pontos para Classificação.

10.8. DO EMPATE

10.8.1. Se houver empate, após a análise das Propostas Técnica e de Preços, a Comissão de Contratação observará os termos do Artigo 60 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.
10.8.2. Persistindo o empate, o Licitante Vencedor será conhecido através de sorteio, realizado em sessão pública.

11.0. DAS EXIGÊNCIAS PARA HABILITAÇÃO

11.1. Para se habilitar, os Licitantes cujas Propostas Técnicas tiverem sido classificadas deverão apresentar a Documentação na forma prevista neste Anexo, acondicionada no Envelope Nº 5;

11.1.1. Documentos relativos à Habilitação Jurídica:
a. Cédula de Identidade;
b. Registro comercial, no caso de Empresa Individual;
c. Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
d. Inscrição do Ato Constitutivo, no caso de Sociedades Civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
e. Decreto de autorização, em se tratando de Empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

11.1.2. Documentos relativos à Habilitação Fiscal, Social e Trabalhista:
a. A inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas - CPF ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ;
b. A Inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual e/ou Municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede ou domicílio do Licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o Objeto Contratual;
c. A regularidade perante a Fazenda Federal, Estadual e/ou municipal do domicílio ou sede ou domicílio do Licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei;
d. A regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por Lei;
e. A regularidade perante a Justiça do Trabalho;
f. O cumprimento do disposto no Inciso XXXIII do Artigo 7º da Constituição Federal.
11.1.2.1. Quando nas certidões não constar o prazo de validade, essas deverão ter datas de expedição inferior a 90 (noventa) dias, da data de apresentação das Propostas.
11.1.2.2. Será considerada em situação regular o Licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.
11.1.2.3. Em se tratando de filial, os documentos de Habilitação Jurídica e Regularidade Fiscal deverão estar em nome da filial, exceto aqueles que, pela própria natureza, são emitidos somente em nome da matriz.
11.1.2.4. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

11.1.3. Documentos relativos à Qualificação Técnica
11.1.3.1. Comprovação de registro ou inscrição do Licitante em qualquer uma das seguintes entidades:
a. Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP, através do Certificado de Qualificação Técnica, emitido em nome da Empresa do Licitante;
b. Entidade equivalente à entidade prevista no Item Anterior, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, nos termos do Parágrafo 1º do Artigo 4º da Lei Federal Nº 12.232 de 2010;
c. No caso de certificado de entidade equivalente, o Licitante deverá apresentar a Lei Federal que reconheceu a entidade como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.
11.1.3.2. Atestado(s) de Capacidade Técnica: apresentar atestado(s) original(is) fornecido(s) por clientes (empresa pública ou privada), que comprovem o desempenho de atividade pertinente e compatível em características com o Objeto desta Licitação, em conformidade com o Artigo 67 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.

11.1.4. Documentos relativos à Qualificação Econômico-Financeira

11.1.4.1. Certidão Negativa de Feitos sobre Falência expedida pelo distribuidor da sede do Licitante.
11.1.4.2. Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, que comprove a boa situação financeira do Licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da Empresa, podendo ser atualizados

por índices oficiais quando encerrados a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação:

11.1.4.2.1. O Balanço Patrimonial e as Demonstrações Contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal do Licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo Conselho de Classe Profissional;

11.1.4.2.2. Se necessária a atualização do Balanço, com suas Demonstrações Contábeis, e do Patrimônio Líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal do Licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo Conselho de Classe Profissional;

11.1.4.2.3. O Balanço Patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de Empresa do Licitante e apresentado de acordo com os Incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as Empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial:

I. Sociedades Empresariais em Geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio do Licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no Parágrafo 2º do Artigo 5º. do Decreto-Lei Federal Nº 486/69;

II. Sociedades Empresárias, especificamente no caso de Sociedades Anônimas regidas pela Lei Federal Nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio do Licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio do Licitante;

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

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

a. Termo de autenticação com a identificação do autenticador;
b. Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis;
c. Termo de abertura e encerramento;
d. Requerimento de autenticação de Livro Digital;
e. Recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

11.1.4.3. As Empresas criadas no exercício financeiro da Licitação, que ainda não tenham Balanço de final de exercício, deverão apresentar Balanço de Abertura ou Demonstrações Contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e Patrimônio Líquido relativos ao período de sua existência, obedecidos os aspectos legais e formais de sua elaboração, devidamente registrado na Junta Comercial.

11.1.4.4. Os documentos referidos no Item 11.1.4.2. limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.

11.1.4.5. A comprovação da boa situação financeira do Licitante será demonstrada pela obtenção de Índices de Liquidez Geral - LG igual ou superior a 1,0; Liquidez Corrente – LC igual ou superior a 1,0, e Solvência Geral - SG igual ou superior a 1,0, extraídos do Balanço Patrimonial apresentado, calculados pelo Licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número do registro no Conselho Regional de Contabilidade, através das seguintes fórmulas:

LG = Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo / Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC = Ativo Circulante/Passivo Circulante

SG= Ativo Total/Passivo Circulante + Exigível a longo prazo

11.1.5. Outras Declarações:

11.1.5.1. Declaração do Licitante de que tratará da questão dos Direitos Autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, conforme Anexo X.

11.1.5.2. Declaração de Inexistência de Fato Superveniente- Anexo VII.

11.1.5.3. Declaração de Inexistência de Menor Trabalhador- Anexo VIII.

11.1.5.4. Declaração Especial, conforme Anexo IX.

12.0. DA PARTICIPAÇÃO DE EMPRESAS DE PEQUENO PORTE E MICROEMPRESAS

12.1. O Licitante que pretender se utilizar dos benefícios previstos nos Artigos 42 a 45 da Lei Complementar Nº 123, de 2006, deverá apresentar, no Envelope de Habilitação, além dos documentos previstos no Item 11.0 deste Edital e atender o que segue:

12.1.1. As Microempresas - ME e Empresas de Pequeno Porte - EPP, por ocasião da participação em certames licitatórios, deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.

12.1.2. Havendo alguma restrição na comprovação da Regularidade Fiscal, será assegurado, as mesmas, o prazo de 5 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o Licitante for declarado vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

12.2. A não regularização da documentação, no prazo previsto no Item 12.1.2, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no Artigo 156 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021, sendo facultado à Administração convocar os Licitantes remanescentes, na Ordem de Classificação, para a assinatura do Contrato, ou revogar a Licitação.

12.3. Serão desclassificadas as Propostas com preços excessivos ou que, após a análise da Comissão de Contratação, contiverem preços manifestadamente inexequíveis. Neste caso, antes da Desclassificação, a Comissão de Contratação, marcará por escrito, o prazo de 2 (dois) dias corridos para que o Licitante prove, por escrito, a compatibilidade dos preços com os praticados no mercado. Se a justificativa não for aceita, efetivar- se-á a Desclassificação.

12.4. Nas licitações será assegurado o critério de desempate, preferência de Contratação para as Microempresas – ME e Empresas de Pequeno Porte - EPP, que atenderem os Itens 12.1. a 12.3., bem como as condições contidas desse Edital.

13.0. DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO

13.1. O presente certame será conduzido de acordo com os procedimentos estabelecidos neste Edital e na Legislação em Vigor.

13.2. A participação de representante de qualquer Licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no Item Credenciamento.

13.3. Serão realizadas quatro sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na Legislação em Vigor.

13.4. De todas as sessões públicas, será lavrada ata circunstanciada, a ser assinada pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes dos Licitantes Presentes.

13.4.1. Havendo acordo, e mediante Lavratura em Ata, os representantes dos Licitantes Presentes poderão nomear apenas alguns entre eles para rubricar as Propostas e os Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

13.5. Poderão ser admitidas, a critério da Comissão de Contratação, alterações formais destinadas a sanar evidentes erros formais que não impliquem alteração do conteúdo das Propostas e Documentos de Habilitação, e desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência.

13.6. A Comissão de Contratação poderá, em qualquer fase do processo, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do Processo Licitatório.

13.7. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos Envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços.

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

13.8.1. Salvo disposição expressa em contrário, ocorrendo decretação de feriado ou qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, todas as datas constantes deste Edital serão transferidas, automaticamente, para o primeiro dia útil de expediente normal no Contratante.

13.9. À exceção da Proposta Técnica, que será analisada e julgada por uma Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos inerentes a este Processo Licitatório serão de responsabilidade da Comissão de Contratação, a qual será responsável pela condução das sessões públicas e pela composição do processo até o seu encerramento.

13.10. Os Envelopes dos Licitantes Desclassificados ou Inabilitados que não puderem ser devolvidos nas sessões públicas ficarão à disposição dos interessados pelo prazo de 60 (sessenta) dias contados da publicação na Imprensa Oficial do Julgamento Final desta Concorrência, após o que serão destruídos.

DA PRIMEIRA SESSÃO

13.11. Dado início aos trabalhos na sessão pública de recebimento dos Envelopes Proposta Técnica e Proposta de Preços (Envelopes Nº 1, 2, 3 e 4), a Comissão de Contratação identificará os representantes dos Licitantes, por meio do documento de procuração Anexo VI deste Edital e de acordo com o disposto no Item 8 - Da Representação e Do Credenciamento.

13.12. Em seguida serão recebidos os Envelopes Nº 1, 2, 3 e 4, ocasião em que a Comissão de Contratação fará o exame da conformidade dos Envelopes com os critérios especificados neste Edital para sua apresentação. Os Envelopes padronizados com a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária só serão recebidos pela Comissão de Contratação se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar o Licitante.

13.13. Após o encerramento do prazo para recebimento dos Envelopes, que será declarado pela Comissão de Contratação na sessão pública, nenhum outro Envelope, documento ou embalagem será recebido.

13.14. A Comissão de Contratação e os Licitantes ou os representantes nomeados, de acordo com o Item 13.4.1., rubricarão no fecho, os Envelopes Nº 2 e Nº 4, que permanecerão fechados, sob a sua guarda e responsabilidade.

13.15. Concluída essa etapa, serão apresentados os documentos do Envelope Nº 1 contendo a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária e do Envelope Nº 3, contendo os documentos referentes à Capacidade de atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problema de Comunicação.

13.16. A Comissão de Contratação colocará os documentos contidos nos Envelopes Nº 1 e Nº 3 para exame, devendo estes serem rubricados por todos os presentes, ou por representantes eleitos por eles, de acordo com o Item 13.4.1.

13.17. Antes do procedimento previsto no Item Anterior, a Comissão de Contratação adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes dos Licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar as Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

13.18. Se, ao examinar os conteúdos dos Envelopes Nº 1 e Nº 3, a Comissão de Contratação e/ou os representantes dos Licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Contratação Desclassificará o Licitante e ficará de posse de todos os seus Envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

13.19. A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Envelopes padronizados nem nos documentos que compõem a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, à exceção das rubricas mencionadas no Subitem 13.16. acima.

13.20. A intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, sob pena de preclusão, e o prazo de 3 (três) dias úteis para apresentação das razões recursais será iniciado na data de intimação ou de lavratura da ata de Habilitação ou Inabilitação.

13.21. Não tendo sido interposto Recurso ou tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação encaminhará os Envelopes Nº 1 para análise individualizada e julgamento, em sessão privada, da Subcomissão Técnica.

13.22. Os documentos dos Envelopes Nos 1, 2, 3 e 4 serão guardados em caixas lacradas distintas. Os lacres serão rubricados pela Comissão de Contratação e pelos Licitantes ou pelos representantes nomeados de acordo com o Item 13.4.1.

13.23. As caixas serão mantidas pela Comissão de Contratação em local seguro.

13.24. Feita a análise Individualizada e o Julgamento Técnico do conteúdo do Envelope Nº 1, a Subcomissão Técnica entregará à Comissão de Contratação, os seguintes documentos:

a. Planilha contendo as pontuações de cada Licitante relativa aos quesitos analisados;

b. Justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, em cada caso;

c. Ata de julgamento das Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica;

d. As vias apócrifas dos Planos de Comunicação Publicitária, com a indicação da pontuação final de cada um deles.

13.25. Após a entrega dos documentos relativos ao Julgamento da Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária e a apresentação da Pontuação, a Comissão de Contratação encaminhará à Subcomissão Técnica as caixas lacradas contendo os documentos constantes dos Envelopes Nº 3 para análise.

13.26. Feita a análise individualizada e o Julgamento Técnico do conteúdo do Envelope Nº 3, a Subcomissão Técnica entregará à Comissão de Contratação os seguintes documentos:
a. Planilha contendo a Pontuação Final de cada Licitante relativa aos quesitos analisados;
b. As justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, em cada caso;
c. Ata de Julgamento das Propostas Técnicas referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problema de Comunicação assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica;
d. Todas as propostas referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções dos Licitantes.
13.27. Será atribuída Pontuação à Proposta Técnica desclassificada por descumprir o Edital, exceto no tocante às condutas vedadas nos Itens 13.27.1. e 13.27.2., cuja planilha ficará acondicionada em Envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica até que se expire o prazo para recurso:
13.27.1. Será vedada a aposição, em qualquer parte da Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação do Licitante antes da abertura do Envelope que contém sua Via Identificada;
13.27.2. Será vedada a aposição no Envelope referente à capacidade de atendimento, ao repertório e ao relato de soluções de problemas de comunicação, assim como nos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação da autoria do plano de Comunicação Publicitária, em momento anterior à abertura do Envelope que contém sua Via Identificada.
13.28. As planilhas a que se referem as alíneas "a" dos Itens 13.24. e 13.26. conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro da Subcomissão Técnica para cada Subquesito do Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada Licitante.

DA SEGUNDA SESSÃO
13.29. Após a análise e pontuação das Propostas Técnicas (Envelopes Nº 1 e Nº 3) os Licitantes serão convocados a comparecer a nova sessão pública para a apuração do Resultado Geral das Propostas Técnicas com os seguintes procedimentos:
13.29.1. Abertura do Envelope Nº 2 - Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária;
13.29.2. Cotejo entre as Vias Identificadas e Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
13.29.3. Elaboração de Planilha Geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica.
13.30. Proclamação do Resultado do Julgamento Geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as Propostas Desclassificadas e a Ordem de Classificação;
13.30.1. A intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, sob pena de preclusão, e o prazo de 3 (três) dias úteis para apresentação das razões recursais será iniciado da data da publicação, conforme Paragrafo 1º do Artigo 165 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021, combinado com o Inciso VIII do Artigo 11 da Lei Federal Nº 12.232 de 2010.
13.31. A Comissão de Contratação providenciará a publicação do resultado do Julgamento da Proposta Técnica, com a indicação dos Licitantes Desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos Licitantes, abrindo-se prazo para interposição do recurso, conforme Inciso VIII do Artigo 11 da Lei Federal Nº 12.232 de 2010.

DA TERCEIRA SESSÃO
13.32. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido sua desistência, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará os Licitantes para participar da terceira sessão pública para a abertura dos Envelopes Nº 4 Proposta de Preços.
13.33. Será conferido o(s) lacre(s) da(s) caixa(s) contendo o Envelope Nº 4 antes de sua abertura.

13.34. Após abertos os Envelopes Nº 4, as Propostas de Preços neles contidas serão rubricadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes previamente credenciados dos Licitantes presentes ou por aqueles nomeados de acordo com o Item 13.4.1.
13.34.1. O Envelope Nº 4, conterá a Planilha de Preços sujeitos a avaliação e valoração, a ser preenchida apenas com as informações constantes do Anexo IV.
13.35. Uma vez classificadas as Propostas Técnicas, proceder-se-á à abertura das Propostas de Preços dos Licitantes que tenham atingido a valorização mínima estabelecida no instrumento convocatório.

13.35.1. Examinado o cumprimento das exigências fixadas neste Edital para a elaboração da Proposta de Preços, será procedido o seu julgamento;
13.35.2. Será calculada a Nota de Proposta de Preço - NPP de cada Licitante, conforme disposto neste Edital;
13.35.3. Será calculada a Pontuação Final - PF de cada Licitante;
13.36. Será declarado vencedor do Julgamento Final o Licitante que tenha obtido a maior Pontuação Final - PF, nos termos do Item 13.36.1.1. deste Edital. Havendo empate, serão utilizados os critérios previstos no Artigo 60 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.
13.36.1. No Julgamento Final das Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão de Contratação adotará os seguintes procedimentos:
a. Identificação da Nota da Proposta Técnica - NPT de cada Licitante;
b. Identificação da Nota da Proposta de Preços - NPP de cada Licitante;
c. Identificação da Pontuação Final - PF de cada Licitante.
13.36.1.1. Estabelecendo-se o peso 7 (sete) nas Notas da Proposta Técnica e o peso 3 (três) nas Notas da Proposta de Preços, a Pontuação Final de cada Licitante será obtida pela aplicação da fórmula:

PF (Pontuação Final) = (NPT - Nota da Proposta Técnica x 0,7) + (NPP - Nota da Proposta de Preços x 0,3).

13.37. A Comissão de Contratação publicará o resultado do Julgamento Final das Propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme Artigo 165 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.

DA QUARTA SESSÃO
13.38. Não havendo interposição de recurso ou sendo julgados os recursos interpostos e publicado o resultado, os Licitantes cujas propostas tenham sido Classificadas serão convocados para a apresentação do Envelope Nº 5 - Habilitação.
13.39. O Envelope Nº 5 - Habilitação dos Licitantes Classificadas será recebido em Sessão Pública, para abertura e análise da conformidade de seu conteúdo com as condições estabelecidas na Legislação em Vigor e neste Edital.
13.40. Após identificado o representante do Licitante, será recebido e aberto o Envelope Nº 5, e os Documentos de Habilitação serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes previamente credenciados dos Licitantes presentes ou por aqueles nomeados.
13.41. A Comissão de Contratação poderá, ou não, analisar a conformidade dos documentos com as condições estabelecidas na Legislação em Vigor e no instrumento convocatório, na própria Sessão.
13.42. Da data em que for emitida a decisão quanto à Habilitação ou inabilitação dos Licitantes, será aberto o prazo para interposição de recurso, nos termos do Artigo 165 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.

14.0. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO
14.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de Habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será Homologado o resultado desta Concorrência e, assim, Aprovada a Adjudicação do seu Objeto ao Licitante Vencedor.
14.2. Será vencedor desta Licitação o Licitante que:
a. Tenha obtido a maior Pontuação Final - PF, nos termos do Subitem 13.36.1.1. e
b. Tenha sido habilitado observadas as disposições constantes no Edital.
14.3. Habilitado o Licitante, o procedimento será homologado e o Objeto será Adjudicado ao Licitante Melhor Classificado.
14.4. Para a Celebração do Contrato, o Licitante Adjudicatário será convocado e deverá entregar ao Contratante, no prazo de 5 (cinco) dias:
a. Os documentos a que se referem o Item 11., deste Instrumento Convocatório;
b. Certidão Negativa de Falência, expedida pelo distribuidor da sede ou domicílio do Licitante, com data posterior à Homologação.

14.4.1. Caso os documentos não atendam às condições do Edital, será dado o Licitante o prazo de 5 (cinco) dias para tomar as providências adequadas.
14.4.2. A não apresentação da documentação mencionada, a sua apresentação irregular, ou ainda, o não comparecimento do Licitante Adjudicatário, importará na decadência do direito de contratar sem prejuízo das sanções previstas nos Artigo 156 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021 e neste Edital.

14.5. O Licitante Vencedor terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado a partir da convocação, para assinar o Contrato. Este prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pelo Licitante Vencedor durante o seu transcurso e desde que ocorra motivo justificado, aceito pelo Contratado.
14.6. No Ato da Contratação, o Licitante Vencedor deverá apresentar documento de procuração devidamente reconhecido em cartório, que habilite o seu representante a assinar o Contrato em nome da Empresa.
14.7. A Assinatura do Contrato estará condicionada à regularidade de situação do Licitante Vencedor.
14.8. A recusa injustificada do Licitante Vencedor em assinar o Contrato dentro do prazo ora estabelecido caracterizará o descumprimento total das obrigações assumidas, reservando-se o Contratante o direito de, independentemente de qualquer aviso ou notificação, realizar nova Licitação ou convocar os Licitantes Remanescentes, respeitada a ordem de classificação, prevalecendo, neste caso, as mesmas condições da Proposta do Primeiro Classificado.
14.9. Os Licitantes Remanescentes convocadas na forma do Item Anterior, que não concordarem em assinar o Contrato, não estarão sujeitas às penalidades anteriormente mencionadas.

15. DO CONTRATO E SUA EXECUÇÃO

15.1. Convocado, o Licitante Vencedor terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis para assinar o Contrato;
15.2. O Licitante Vencedor que, convocado no prazo de validade de sua proposta a assinar o Termo de Contrato, vir a desistir de assinar o mesmo, ser-lhe-ão atribuídas as penalidades previstas em Lei e neste Edital, respeitado o direito de recurso;
15.3. O Futuro Contratado deverá manter, durante toda a execução do Contrato, compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, respeitadas todas as condições de Habilitação e qualificação aqui exigidas;
15.4. O Futuro Contratado fica obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos e supressões que se fizerem necessários, até os limites fixados em Lei;
15.5. O Contrato decorrente desta Licitação terá prazo de vigência de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado conforme Artigo 107 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.
15.5.1. O Contratante poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com o Contratado, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da Execução do Contrato.
15.6. Todo serviço a ser prestado pelo Futuro Contratado deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos o qual, aprovado pela Prefeitura, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços;
15.7. O valor dos serviços será orçado pelo Futuro Contratado em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e deverão ser submetidos à apreciação da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, que decidirá quanto à sua aprovação;
15.8. Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores;
15.9. Os serviços serão executados pelo Futuro Contratado, com o fornecimento de toda mão de obra, material e equipamento necessários, sendo permitida a contratação de fornecedores de bens e serviços auxiliares, se necessários ao cumprimento do Objeto Licitado, e desde que previamente submetido à anuência do Contratante; nessa hipótese, o Futuro Contratado será responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços dos terceiros fornecedores e pela integral execução dos serviços que competirem a ele, Contratado, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza deste decorrentes;
15.10. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo Contratante poderão fornecer ao Contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do Objeto do Contrato, conforme determina o Artigo 14 da Lei Federal Nº 12.232 de 2010;
15.11. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao Contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de Empresa Independente, sempre que possível;
15.11.1. Pertencem ao Contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, diretamente ou por intermédio de Agência de Propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

15.12. As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o Contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados;
15.12.1. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.
15.13. Todas as peças criadas, produzidas, e veiculadas, exibidas, distribuídas, divulgadas ou expostas, oriundas do Contrato e efetuadas em decorrência do mesmo, realizadas pelo Futuro Contratado, serão de propriedade da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, devendo ser entregues cópias das mesmas, mensalmente, à Assessoria de Comunicação, e os Licitantes já deverão computar em seus preços propostos estes valores, uma vez que não poderão utilizar os mesmos, sem prévia autorização por escrito da Prefeitura Municipal;
15.13.1. Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços ficarão sob a guarda do Contratado, mas disponíveis a qualquer tempo à Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, que poderá, a seu critério, requisitar novas cópias dos originais, para comprovação da prestação do serviço e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.
15.14. O Contratado só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, se previamente os identificar e tiver sido pela mesma expressamente autorizada.

16.0. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

16.1. O Licitante Vencedor ou o Contratado será responsabilizado administrativamente pela prática de quisquer das infrações previstas no Artigo 155 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021;
16.2. O Contratado que cometer qualquer das infrações ficará sujeito, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às seguintes sanções:
16.2.1. Advertência;
16.2.2. Multa Moratória de até 0,5% (meio por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 20 (vinte) dias;
16.2.2.1. As Penalidades de Multa decorrentes de fatos diversos serão consideradas independentes entre si.
16.2.3. Multa Compensatória de até 20% (vinte por cento) sobre o Valor Total do Contrato, no caso de Inexecução Total do Objeto;
16.2.3.1. Em caso de inexecução parcial, a Multa Compensatória, no mesmo percentual do Subitem Acima, será aplicada de forma proporcional à obrigação não comprida;
16.2.4. Impedimento de contratar com o órgão, entidade ou unidade administrativa pela qual a Administração Pública opera e atua concretamente, pelo prazo de até 3 (três) anos;
16.2.5. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.
16.3. A aplicação de multa não impede que a Administração rescinda unilateralmente o Contrato e aplique as outras sanções cabíveis.
16.4. A sanção de advertência será aplicada exclusivamente pela infração administrativa prevista no Inciso I do Caput do Artigo 155 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
16.5. As sanções previstas nos Incisos I, III e IV do caput do Artigo 156 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021 poderão ser aplicadas cumulativamente com a prevista no Inciso II do Caput do Supracitado Artigo.
16.6. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos Incisos II, III, IV, V, VI e VII do caput do Artigo 155 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021 , quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública Direta e Indireta do ente federativo que tiver aplicado a sanção, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.
16.7. A sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas previstas nos Incisos VIII, IX, X, XI e XII do caput do Artigo 155 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021, bem como pelas infrações administrativas previstas nos Incisos II, III, IV, V, VI e VII do Caput do supracitado Artigo que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção referida no Parágrafo 4º do Artigo 156 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021, e impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública Direta e Indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

16.8. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em Processo Administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa observando-se o procedimento previsto na Lei Federal Nº 14.133 de 2021, e subsidiariamente na Lei Federal Nº 9.784/99.
16.9. Em se tratando de inobservância do prazo fixado para apresentação da Garantia (seja para reforço ou por ocasião de prorrogação), em caso de atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias, autorizará o Contratante a promover a Rescisão do Contrato;
16.10. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a natureza e a gravidade da infração cometida; as peculiaridades do caso concreto; as circunstâncias agravantes ou atenuantes; os danos que dela provierem para a Administração Pública; e a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.
16.10.1. A Administração Pública deverá observar o disposto nos Artigos 155 e seguintes da Lei Federal Nº 14.133 de 2021 sobre infrações e sanções administrativas.

17.0. DA GARANTIA DA CONTRATAÇÃO
17.1. O Contratado entregará ao Contratante comprovante de Garantia, na modalidade caução em dinheiro e/ou em títulos da dívida pública e/ou fiança bancária e/ou Seguro-Garantia e/ou título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total, no valor de 5% (cinco por cento) do valor do Contrato, como forma de garantir a perfeita execução do seu Objeto.
17.1.1. O comprovante de Garantia deverá ser entregue, no endereço do Contratante, no momento da Assinatura do Contrato.
17.1.2. Não serão aceitos Seguro-Garantia ou Fiança Bancária que contenham Cláusulas Contrárias aos interesses do Contratante.
17.1.3 Sem prejuízo das sanções previstas em Lei e neste Contrato, a não prestação da Garantia exigida implicará sua rescisão.
17.2. A Garantia responderá pelo fiel cumprimento das disposições do Contrato, ficando o Contratante Autorizada a executá-la para cobrir multas, indenizações ou pagamento de qualquer obrigação, inclusive em caso de rescisão.
17.3. Utilizada a Garantia, o Contratado obriga-se a integralizá-la no prazo de 10 (dez) dias contados da data em que for notificada formalmente pelo Contratante.
17.4. A Garantia a ser apresentada responderá pelo cumprimento das obrigações do Contratado eventualmente inadimplidas na vigência deste Contrato e da Garantia, e não serão aceitas se o garantidor limitar o exercício do direito de execução ou cobrança ao prazo de vigência da Garantia.
17.5. Em caso de Fiança Bancária, o instrumento deve:
a. Ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;
b. Ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste Contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento do Contratado – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;
c. Ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao Contratante, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
d. Ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos Artigos 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.
17.6. No caso de Seguro-Garantia, a Apólice deverá indicar:
a. O Contratante como beneficiário e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados - SUSEP a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;
b. Seu prazo de validade que deverá corresponder ao período de vigência deste Contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento do Contratado – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;
c. A previsão expressa da responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas ao Contratado.
17.3. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:
a. Ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b. Ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

17.4. A Garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido do Contratado, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de Vigência do Contrato, mediante certificação, por seu gestor ou fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde que tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

17.5. Em caso de atualização do valor contratual estimado, o Contratante exigirá a complementação do Valor da Garantia, para que se mantenha o percentual estabelecido neste Edital, podendo admitir que seja oferecida Nova Garantia, escolhida pelo Contratado entre as modalidades ora previstas.

17.6. Na hipótese de prorrogação do Contrato, o Contratante exigirá Nova Garantia, escolhida pelo Contratado entre as modalidades previstas no Artigo 96 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.

17.7. O documento de constituição da Nova Garantia deverá ser entregue o Contratante no prazo máximo de 10 (dez) dias, contados da data de assinatura do respectivo Termo Aditivo.

17.8. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com o Contratante, poderá ser admitida a substituição da Garantia, observadas as modalidades previstas no Subitem 17.1. deste Edital.

17.9. Aceita pelo Contratante, substituição da Garantia será registrada no processo administrativo por meio de Apostilamento.

18.0. DAS RESPONSABILIDADES E OBRIGAÇÕES DAS PARTES

18.1. OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO:

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

18.1.2. Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros, todos os serviços relacionados com o Objeto do Contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo Contratante;

18.1.3. Prestar todos os esclarecimentos que forem solicitados pelo Fiscal do Contrato.

18.1.4. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao Contratante, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens, cuja negociação deverá ter a presença obrigatória de membro do Contratado;

18.1.5. Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução. Se não houver possibilidade de obter três propostas, o Contratado deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

18.1.6. Obter a aprovação prévia do Contratante, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este Contrato.

18.1.7. Submeter a subcontratação de terceiros somente para a execução de serviços Objeto do Contrato com a prévia e expressa anuência do Contratante. Nesses casos, o Contratado permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante o Contratante. A contratação de serviços ou compra de material de Empresas em que o Contratado, ou seus funcionários, tenham, direta ou indiretamente, participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar ao Contratante esse vínculo e obter sua aprovação.

18.1.8. Entregar ao Contratante, mensalmente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.

18.1.9. Entregar ao Contratante a comprovação do desempenho satisfatório da veiculação da publicidade nos meios de divulgação escolhidos, para fins de pagamento, consistente em uma prestação de contas quanto à veiculação da peça publicitária por ela concebida/criada/planejada, instruída com necessário relatório de checagem de veiculação, a cargo de Empresa independente, salvo impossibilidade devidamente justificada.

18.1.10. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do Contratante, respeitadas as Obrigações Contratuais já assumidas com terceiros e os Honorários do Contratado pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela próprio Contratado ou por terceiros por ele contratados.

18.1.11. Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços Objeto deste Contrato, que envolva o nome do Contratante, mediante sua prévia e expressa autorização.

18.1.12. Prestar esclarecimentos ao Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

18.1.13. Submeter previamente ao Contratante a eventual caução ou utilização deste Contrato em qualquer operação financeira.

18.1.14. Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de Habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, bem como exigir prova da regularidade fiscal e trabalhista, em especial a prova da regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede ou domicílio do Licitante, ou outra equivalente das Empresas Subcontratadas para prestar serviços especializados e dos veículos de comunicação escolhidos;
18.1.15. Cumprir todas as Leis, Federais, Estaduais e Municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.
18.1.16. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.
18.1.17. Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do Objeto deste Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os Encargos Trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do Objeto pactuado.
18.1.18. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
18.1.19. Apresentar, quando solicitado pelo Contratante, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
18.1.20. Administrar e executar todos os Contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses Contratos perante terceiros e ao próprio Contratante. Em casos de Contratação de Terceiros, nos estreitos limites de permissão do Edital da Licitação que originou o Contrato, para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do Contrato.
18.1.21 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do Contratante. A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste Contrato e sujeitará o Contratado às penas legais e às indenizações das perdas e danos previstos na Legislação Ordinária.
18.1.22. Responder perante ao Contratante e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços Objeto deste Contrato.
18.1.23. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o Contratante.
18.1.24. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de Lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, o Contratado adotará as providências necessárias no sentido de preservar o Contratante e de mantê- lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará o Contratante as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
18.1.25. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços Objeto deste Contrato.
18.1.26. Emitir nota fiscal com a escorreita descrição dos serviços, permitindo perfeita identificação dos mesmos, bem como o Preço Unitário do Serviço.
18.1.27. Aceitar nas mesmas condições contratuais, possíveis acréscimos ou supressões dos fornecimentos, nos termos do Artigo 125 da Lei Federal Nº 14.133/93.
18.1.28. Obrigar-se a adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

18.2. CABERÁ AO CONTRATANTE
18.2.1. Proceder ao pagamento do Contrato pelos serviços prestados, na forma e nos prazos pactuados, conforme previsto na Minuta do Contrato e consoante os preços estabelecidos na Proposta de Preços.
18.2.2. Aprovar, antes da produção, a amostra dos materiais apresentados pelo Contratado;

18.2.3. Nomear Gestor e Fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução do Contrato resultante desta Licitação e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços, os quais terão poderes, dentre outros, para notificar o Contratado, objetivando sua imediata correção;
18.2.4. Avaliar o nível dos serviços prestados sob os aspectos quantitativo e qualitativo durante o prazo do Contrato;
18.2.5. Rejeitar, no todo ou em parte, o material produzido fora dos padrões de qualidade exigidos pelo Contratante e que esteja em desacordo com as especificações constantes neste Edital;
18.2.6. Efetuar as retenções e recolhimentos dos tributos e contribuições devidas sobre o valor da fatura fornecida pelo Contratado, na forma da Legislação Vigente;
18.2.7. Proporcionar todas as condições necessárias ao bom andamento da prestação dos serviços contratados;
18.2.8. Notificar, por escrito, o Contratado, sobre ocorrência de eventuais imperfeições no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a devida correção;
18.2.9. Os valores não processados na fatura relativa ao mês da ocorrência deverão ser processados na próxima fatura emitida pelo Contratado.
18.2.10. Promover o acompanhamento e a fiscalização dos serviços contratados, sob os aspectos quantitativo e qualitativo, anotando em registro próprio, as falhas detectadas e comunicando o Contratado as ocorrências de quaisquer fatos que, a seu critério, exijam medidas corretivas;
18.2.11. Fornecer ao Contratado todas as informações relacionadas com o Objeto do Contrato.

19.0. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

9.1. Quaisquer solicitações de informações complementares, ou pedidos de esclarecimentos, que se façam necessários à elaboração das propostas, deverão ser formuladas, por escrito, e protocolados em até 3 (três) dias úteis antes da data marcada para abertura da Licitação, ficando desde já entendido que a ausência da resposta não constituirá motivo para alteração das condições e prazos;

19.2. A PREFEITURA SE RESERVA O DIREITO DE:

19.2.1. Revogar esta Licitação, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta;
19.2.2. Anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, assegurados, em ambos os casos, o contraditório e a ampla defesa;
19.2.3. Adiá-la, por sua iniciativa, ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, para modificar este Edital, sem que isso represente, em todos os casos, motivo para que as Empresas Licitantes pleiteiem qualquer tipo de indenização.
19.3. Quando da realização desta Licitação, em havendo indícios de conluio entre os Licitantes, ou de qualquer outro ato de má-fé, a Comissão de Contratação comunicará os fatos verificados à Assessoria Jurídica do Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, para as providências cabíveis junto ao Ministério Público e outros órgãos competentes e pertinentes à matéria.
19.4. Os Licitantes devem apresentar suas Propostas levando em consideração o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e, em especial, ao contido na Lei Federal Nº 12.232 de 2010.
19.5. Ocorrendo a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação, é facultativa a sua aceitação por parte do Contratado, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da Agência e não estão compreendidos na obrigação prevista no Subitem 15.11.1.
19.5.1. A equação econômico-financeira definida nesta Licitação e no Contrato dela decorrente não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no Subitem Acima, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.
19.5.2. O Contratado não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do Contratante, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.
19.5.3. O desrespeito ao disposto no Subitem Anterior constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte do Licitante Contratado e o submeterá a Processo Administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções legais previstas.
19.6. Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de Agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes,

constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.
19.7. Os serviços, Objeto desta Licitação poderão ser contratados no todo ou em parte, sempre subordinado à existência de recursos.
19.8. A participação nesta Licitação implica na aceitação, em todos os termos, do presente Edital.
19.9. O Contratado assume exclusiva responsabilidade pelo cumprimento de todas as obrigações decorrentes dos serviços Objeto desta Licitação, sejam de natureza trabalhista, previdenciária, civil ou fiscal, inexistindo a solidariedade da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, relativamente a esses encargos inclusive os que, eventualmente, advirem de prejuízos causados a terceiros.
19.10. Não havendo expediente na Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, na data designada para o recebimento dos Envelopes, os mesmos serão recebidos no primeiro dia útil subsequente, no mesmo Local e Hora.
19.11. Na contagem dos prazos estabelecidos nesta Licitação, excluir-se-á o dia do início e incluir-se- á o dia do vencimento, e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando explicitamente disposto em contrário, só se iniciando e vencendo os prazos em dia de expediente na Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba.
19.12. Os casos omissos serão resolvidos pela Comissão de Contratação, tomando-se por base as disposições constantes da Lei Federal Nº 12.232 de 2010, de forma complementar, pela Lei Federal Nº 14.133 de 2021, Lei Complementar N° 123 de 2006, Lei Federal Nº 4.680/65, Decreto N° 57.690/66, Decreto N° 4.563 de 2002, Normas- Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), os preceitos do Direito Público e, supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e as disposições do Direito Privado.
19.13. A Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta Licitação, bem como rescindir o respectivo Contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados ao Licitante Vencedor o contraditório e a ampla defesa quando este:
a. Vier a ser atingido por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
b. For envolvido em escândalo público e notório;
c. Quebrar sigilo profissional;
d. Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e as quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais e que contrariem as condições estabelecidas pela Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba;
e. Tiver anulada a adjudicação em virtude de qualquer dispositivo legal que autorize.
19.14. As reclamações referentes à Documentação e às Propostas deverão ser feitas no momento de sua abertura, por escrito, quando serão registradas em ata, sendo vedada a qualquer Licitante observações ou reclamações posteriores, a este respeito;
19.15. É proibido a qualquer Licitante tentar impedir o curso normal do Processo Licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente proletários, sujeitando-se o autor ás sanções legais e administrativas previstas na Lei Federal Nº 14.133 de 2021;
19.16. Nenhuma indenização será devida aos Licitantes pela elaboração ou pela apresentação de documentação referente ao presente Edital;
19.17. A Licitação poderá ser revogada, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, devendo ser anulada por ilegalidade, de ofício ou mediante provocação de terceiros, nos termos do Inciso III do Artigo 71 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021, não cabendo aos Licitantes direito à indenização;
19.18. No caso de alteração deste Edital no curso do prazo estabelecido para o recebimento dos Documentos de Habilitação e Classificação, este prazo será reaberto, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas;
19.19. O Licitante fica obrigado a aceitar nas mesmas condições estipuladas neste Edital, os acréscimos ou suspensões que se fizerem nos totais solicitados, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) conforme Artigo 125 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.
19.20. É facultado à Comissão de Contratação em qualquer fase do Processo Licitatório, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do Processo Vedada à Inclusão Posterior de Documento;
19.21. As omissões e dúvidas decorrentes do presente Processo Licitatório serão dirimidas à luz do contido na Lei Federal Nº 14.133 de 2021 e suas alterações;

19.22. As questões decorrentes da execução deste Edital, que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas e julgadas no Foro da Comarca de Serra Branca, Estado da Paraíba com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Serra Branca, 07 de julho de 2025.

GYANNA LIY ALMEIDA DE SOUSA TORREÃO
Presidente da Comissão

ANEXO I
DESCRIÇÃO DO OBJETO

1.0. O Objeto da Licitação é a prestação de serviços de propaganda e publicidade institucional, conforme a Lei Federal Nº 12.232 de 2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a execução externa, a distribuição de publicidade de caráter institucional de competência da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba.

1.1. Também fazem parte do Objeto do certame, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do Contrato;

b. À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de Comunicação Publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;

c. À produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pelo Licitante Contratado.

1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do Subitem terão a finalidade específica de:

a. Gerar conhecimento sobre as áreas de atuação da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b. Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c. Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do Contrato.

1.1.2. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea "a" do Subitem 1.1.1. de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o Objeto do Contrato de prestação de serviços de publicidade.

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

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

1.2. É vedado incluir outros serviços não previstos nos Itens 1. e 1.1., em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, conforme preconiza a Lei Federal Nº 12.232 de 2010.

1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no Subitem Anterior, os patrocínios publicitários de projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

1.2.2. Os patrocínios publicitários, mencionados no Item 1.2.1., os quais não são vedados, correspondem aos projetos de mídia realizados por meio da compra de espaços e/ou tempo publicitários em veículos de comunicação e divulgação, decorrentes da necessidade de associar uma marca, produto ou mensagem à transmissão de algum evento e/ou projeto esportivo, cultural, informativo ou de entretenimento.

1.3. Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Poder Executivo.

1.4. O Contratado atuará por ordem e conta do Contratante, em conformidade com o Artigo 3º da Lei Federal Nº 4.680/65, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.5. O Contratado realizará os serviços internos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores.

1.6. O Contratado atuará de acordo com solicitação do Contratante.

1.7. O Contratado deve manter, à frente dos serviços, um representante credenciado por escrito, o qual será responsável pela direção dos serviços contratados e representará o Contratado perante o Contratante.

1.8. O Contratado deverá possuir e manter, durante todo o período do Contrato, uma área para atender todas as necessidades solicitadas por parte do Contratante, de modo a garantir a qualidade e eficácia dos trabalhos desenvolvidos conforme todas as exigências constantes nesse instrumento.

ANEXO II
ORIENTAÇÕES PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

1.0. Os Licitantes deverão comprovar que atendem aos requisitos previstos na Lei Federal Nº 12.232 de 2010 e na Lei Federal Nº 14.133 de 2021.
1.1. O atendimento aos normativos acima referidos deverão ser comprovados por meio de Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.0. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA
2.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue acondicionada nos Envelopes Nº 1, Nº 2 e Nº 3.

ENVELOPE Nº 1

2.1.1. No Envelope Nº 1. deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, cuja formatação geral e específica de seus subcritérios está definida neste Anexo.
2.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no Envelope padronizado fornecido, em até 24 (vinte e quatro) horas da data de abertura do Certame, obrigatoriamente, pela Comissão de Contratação, conforme a seguir:
a. O Envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada no local indicado no Edital;
b. O Envelope padronizado só será entregue ao Licitante que o solicite formalmente.
2.1.1.2. O Envelope Nº 1. deverá estar sem fechamento e sem rubrica.
2.1.1.3. Para preservar – até a abertura do Envelope Nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Envelope Nº 1 não poderá:
a. Ter nenhuma identificação;
b. Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação do Licitante;
c. Estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação do Licitante, bem como seu conteúdo deve estar perfeitamente alocado em seu interior.

ENVELOPE Nº 2

2.1.2. No Envelope Nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.
2.1.2.1. O Envelope Nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE Nº 2 PROPOSTA TÉCNICA

CONCORRÊNCIA PRESENCIALNº 00001/2025
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - Via Identificada
NOME EMPRESARIAL
CNPJ DO LICITANTE

2.1.2.2. O Envelope Nº 2 deverá ser providenciado pelo 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.
2.1.2.3. O objetivo exclusivo do Envelope Nº 2 é a posterior identificação, para fins do cômputo geral de notas, das autoras do Envelope Nº 1, sendo seu conteúdo apenas usado como parâmetro de reconhecimento destas propostas.

ENVELOPE Nº 3

2.1.3. No Envelope Nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
2.1.3.1. O Envelope Nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE Nº 3 PROPOSTA TÉCNICA:

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 00001/2025
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.
NOME EMPRESARIAL
CNPJ DO LICITANTE

2.1.3.2. O Envelope Nº 3 deverá ser providenciado pelo 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.
2.1.3.3. O Envelope Nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Envelope Nº 2.

3.0. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA:

3.1. Os Licitantes apresentarão Plano de Comunicação Publicitária elaborado com base no Briefing constante do Anexo V deste Edital.
3.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado em 2 (duas) vias , IDENTIFICADA e NÃO IDENTIFICADA, que deverão ser acondicionadas separadamente nos Envelopes Nº 1 e Nº 2, conforme estabelecido no Edital.
3.3. A Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do ENVELOPE Nº 2.
3.4. A Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, com a identificação do Licitante, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa, e ser datada e assinada na última página e rubricada nas demais, pelo representante legal do Licitante.
3.5. O Licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e Subquesitos a seguir:

QUESITOS - SUBQUESITOS

I. Plano de Comunicação Publicitária
a. Raciocínio Básico;
b. Estratégia de Comunicação Publicitária;
c. Ideia Criativa;
d. Estratégia de Mídia e Não Mídia.
II. Capacidade de Atendimento.
III. Repertório.
IV. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

3.5.1. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.
3.6. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:
a. Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;

b. Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75(setenta e cinco) gr/m² a 90(noventa) gr/m², ambas em branco, não deverão ser usadas sobrecapas em plástico, acetato ou qualquer outro material;
c. Conteúdo impresso em papel A4, tipo offset ou equivalente, branco, com 75(setenta e cinco) gr/m² a 90(noventa) gr/m², orientação retrato;

d. Espaçamento de 2 (dois) cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
e. Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
f. Espaçamento "simples" entre as linhas e duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
g. Alinhamento justificado do texto;
h. Texto e numeração de páginas em fonte "arial", cor "automático", tamanho "12 pontos", sem prejuízos das exceções dispostas nos Subitens 3.6.1., 3.6.2. e 3.6.3.;
i. Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da folha;
j. Sem identificação do Licitante;
k. Não serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto a nenhum título, exceto como auxiliares dos gráficos e tabelas, nos itens em que estes são expressamente permitidos.
3.6.1. As especificações do Subitem 3.6. não se aplicam às peças tangibilizadas de que trata a alínea "b" do Subitem 3.7.3;
3.6.2. Os Subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e/ou tabela, observadas as seguintes regras:
a. Os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
b. Para os dados e informações dos quadros e ou tabelas usar edição na fonte "arial", estilo normal, cor automático, tamanho 10,0 (dez) pontos;
c. Apenas as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.
Nesse caso, para fins do limite previsto no Subitem 2.6.5., o papel A3 será computado como duas folhas de papel A4, respeitadas as margens previstas nas laterais das páginas, conforme definido no Item 3.6. deste Anexo.
3.6.3. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do Subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.
3.6.3.1. Apenas as páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse Subquesito poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.
3.6.4. Os exemplos de peças e/ou material integrantes do Subquesito Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o Subitem 3.6., apesar de integrarem o mesmo Envelope.
3.6.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Envelope Nº 1, cabendo o Licitante atentar para o disposto no Item 2.1.1.3. e demais exigências deste Anexo e do Edital.
3.6.4.2. Não é permitido que as peças sejam coladas em pranchas ou similares que possam determinar a identidade do Licitante, nem o uso de passpartout ou assemelhados. Quando impressas, deve-se usar o padrão de gramatura de papel proposto [75 (setenta e cinco) gr/m^2 a 90 (noventa) gr/m^2], além de respeitar a sugestão de exposição em folha que, quando dobrada e fechada, mantenha o formato A4 de forma a permitir sua melhor inserção e manuseio no Envelope padrão sem maiores transtornos à Subcomissão Técnica.
3.6.5. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.
3.6.6. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.
3.6.7. Para fins desta Licitação, 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 publicitária.
3.6.8. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar as etapas do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus Subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, não havendo necessidade de lançar nessas páginas os Subitens deste projeto básico a que correspondem o quesito nem os textos expressos nesses Subitens:
a. Essas páginas devem seguir as especificações do Subitem 3.6., no que couber.
b. Essas páginas, por não conterem conteúdo avaliatório, não contam no cômputo de páginas explicitado no Subitem 3.6.5. deste Anexo, não devendo ser numeradas quando utilizadas.
3.7. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos Subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing Anexo a este Edital, observadas as seguintes disposições:

3.7.1. Raciocínio Básico: composto de um texto, em que o Licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de Comunicação Publicitária a cargo da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba e o contexto de atuação e sua população (dados sociodemográficos) no Estado e na Região. O texto deverá contemplar:

a. Diagnóstico e intepretação dos Desafios e Problemas de Comunicação do Briefing introduzindo o trabalho;
b. Considerações de público alvo da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba e da Campanha em específico tratada no Briefing;
c. Premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação que será desenvolvida pelo Licitante nos Itens que virão a seguir deste, incluindo a prioridade com que estas premissas devem ser atendidas nas estratégias subsequentes.
3.7.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: Derivado diretamente das considerações já apresentadas no Item anterior, constitui-se de apresentação pelo Licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios e problemas - geral e específicos - de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos previstos no Briefing, compreendendo:
a. Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária, partindo do tema chave proposto no Briefing, descartando soluções eventualmente consideradas, inicialmente, na estratégia e justificando seu descarte;
b. Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, no que destacamos:
I. Definições sobre o comportamento dos públicos da campanha, formulando hipóteses e diagnósticos alicerçados em dados reconhecidos;
II. Definições sobre o conteúdo que deve estar inserido na campanha, em particular sobre o conteúdo e forma de abordar o público definido, norteando os itens que serão corporificados nas peças da relação presente na Ideia Criativa;
III. Desdobramentos posteriores da campanha, determinando como esta abordagem irá gerar longevidade a campanha;
IV. Definições temporais sobre o período correto de realizar a campanha, diante das diretrizes presentes;
V. Definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha, em particular diretrizes gerais sobre os suportes midiáticos, instrumentos ou ferramentas que serão utilizados e razões que suportam essas diretrizes.
3.7.3. **IDEIA CRIATIVA**: apresentação pelo Licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:
a. Apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de Comunicação Publicitária, como previsto anteriormente, com comentários sobre a construção criativa de cada peça e/ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos Licitantes;
b. Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de Comunicação Publicitária**.** As peças exemplificadas devem estar indicadas de forma clara no texto descrito na alínea anterior;
c. Os comentários mencionados na alínea "a" do Subitem 3.7.3. estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material e a sua detalhada especificação no caso das peças não corporificadas que eventualmente irão compor a campanha, bem como de suas técnicas construtivas quando pertinente;
d. Os exemplos de peças e/ou material, de que trata a alínea "b" do Subitem 3.7.3., estão limitados a 5 (cinco), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material, podendo ser apresentados sob qualquer forma impressa – desde roteiro, layout e/ou storyboard impressos, para qualquer meio; descritivos e gráficos impressos para protótipo; detalhamento impresso de roteiros para realização de peças destinadas a rádio e internet.
I. Todos os exemplos devem ser apresentados, exclusivamente, em substrato papel, conforme demais normativas do certame;
II. Se a campanha proposta pelo Licitante previr número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado na forma "exemplificada", a relação prevista na alínea "a" do Subitem 3.7.3. deverá ser elaborada em dois blocos (de texto ou de tópicos, conforme escolha do Licitante): um para as peças e/ou material apresentados como exemplos (peças tangibilizadas) e outro para o restante que não será exemplificado (peças não tangibilizadas);

III. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, sem suporte e/ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Envelope Nº 1 podem ser dobradas;

IV. Cada peça e/ou material impresso deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, roteiro de filme TV, roteiro de spot para rádio, anúncio em revista, frames de banner para internet, etc.) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea "a" do Subitem 3.7.3.;

e. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas "exemplificadas", até o limite de que trata o Subitem 3.7.3., devem ser observadas as seguintes regras:

I. As reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

II. Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

III. Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers – entre outros), apenas será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;

IV. Um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

V. Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

VI. Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

VII. 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 apenas uma peça.

3.7.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a. Texto de apresentação em que o Licitante explicitará 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 Anexo a este Edital, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas;

b. Texto diagnóstico sobre os públicos da campanha contemplados, seu consumo de mídia e perfis embasados em pesquisas e dados reconhecidos, sempre alicerçados em elementos demográficos e psicográficos, servindo de apoio aos argumentos oferecidos, o que inclui gráficos e tabelas referentes a estes conteúdos;

c. Texto com considerações detalhadas sobre as táticas de mídia propostas e números relativos ao alcance do plano proposto, permitindo a inclusão de tabelas e informações sobre as estratégias de flight propostas;

d. Simulação de Plano de Distribuição em que o Licitante identificará todas as peças e/ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas que embasem as normativas técnicas utilizadas pelas candidatas para esta distribuição.

Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea "a" do Subitem 3.7.3. deverão constar dessa simulação, com seus respectivos períodos de distribuição das peças e/ou material e quantidades de inserção destes materiais;

e. Resumo geral com informações sobre, ao menos:

I. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

II. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

III. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia com as respectivas quantidades a serem produzidas;

IV. Demais valores (absolutos e percentuais) que incluam o orçamento do exercício, inclusive custos de pesquisa e eventuais reservas técnicas designadas.

f. Quanto aos valores desta simulação, devem ser observados:

I. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser considerados os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

II. Desconsiderado o repasse de parte do desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11 da Lei Federal Nº 4.680/65;

III. Não será necessário especificar os custos internos e honorários sobre serviços de fornecedores.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
VIA IDENTIFICADA

3.8. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, constitui-se do mesmo conteúdo da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa, com a identificação do Licitante. Deve ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação do Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, uma vez que não tem como propósito

qualquer tipo de Avaliação Técnica, sendo apenas referência para cotejamento dos conteúdos no momento final da avaliação desta etapa do certame.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

3.9. O Licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento 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 assinadas na última por quem detenha poderes de representação do Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
3.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no Subitem 3.9. poderá ser editada em papel A3 dobrado.
3.9.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no Subitem 3.9. 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 da autoria deste antes da abertura do Envelope Nº 2.
3.9.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação do conteúdo do caderno da Capacidade de Atendimento.
3.10. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais o Licitante apresentará:
a. Relação nominal dos seus principais clientes à época da Licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
a.1. Considera-se "à época da Licitação" a data para entrega do presente caderno.
b. A quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do Contrato, discriminando-se todas as áreas fundamentais: estudo; planejamento; criação; produção de rádio, produção em RTV e internet; produção gráfica; mídia e atendimento e tipo de disponibilidade desses funcionários;
c. As instalações, a infraestrutura física, infraestrutura de Tecnologia da Informação (Hardware e Software), segurança de fluxo de dados, de processos 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 forma clara, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha, na elaboração de plano de mídia e fluxo de trabalho;
e. A discriminação detalhada das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência, dos periódicos assinados e da(s) auditoria(s) de circulação e controle de mídia (com suas respectivas abrangências) que colocará regularmente à disposição do Contratado, sem ônus adicionais, na vigência do Contrato.

REPERTÓRIO

3.11. O 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 "12,0 (doze) pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação do Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
3.11.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no Subitem Repertório poderá ser editada em papel A3 dobrado.
3.11.2. Os documentos e informações e o caderno específico, mencionados no Subitem 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 da autoria deste antes da abertura do Envelope Nº 2.
3.11.3. Não há limitação de número de páginas para o conteúdo do caderno de apresentação do Repertório.
3.12. O Repertório é composto por um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pelo Licitante, na seguinte forma:
a. Até 3 (três) comerciais para televisão;
b. Até 3 (três) spots e/ou jingles para rádio;
c. Um conjunto de até 3 (três) peças destinadas à mídia impressa.

3.12.1. Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica e texto resumo com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e parâmetros de construção da peça, além da identificação do 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 e outras questões pertinentes à alocação de verba, quando recomendável.
3.12.2. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2017.
3.12.2.1. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD, ou em pendrive, executável em qualquer computador com sistema operacional windows.
3.12.2.2. Qualquer problema técnico referente à mídia apresentada pela candidata poderá ter reflexo direto na nota do Licitante e é de sua total e exclusiva responsabilidade.
3.12.2.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no Subitem 3.11., em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.
3.12.2.3.1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que caibam no Envelope adequado.
3.12.2.4. Se o Licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no Subitem 3.12., sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de 3 (três) simples em relação à pontuação máxima prevista para o Item.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

3.13. O Licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação 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 assinadas na última por quem detenha poderes de representação do Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado
3.13.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no Subitem 3.13. poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no Subitem 3.14., o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.
3.13.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no Subitem 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 da autoria deste antes da abertura do Envelope Nº 2.
3.14. O Licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ele e implementadas por seus clientes.
3.14.2. Se o Licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no Subitem 3.14. A sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para o Subitem.
3.14.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo Contratante.
a. A formalização última página, devendo constar a indicação do nome Empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário.
b. Todas as do referendo deverá ser feita no próprio Relato elaborado pelo Licitante, na páginas do Relato devem estar rubricadas pelo autor do referendo e assinada na última folha do relato.
3.14.4. É facultada a inclusão de até 3 (três) peças e/ou material, independentemente, do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:
a. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pendrive executável em qualquer computador com sistema operacional windows;

b. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no Subitem 3.13., em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
c. Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não;

d. As peças incluídas não terão suas páginas computadas nos limites do relato definidos no Item 3.14.;
e. Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a identificação das peças e detalhes de concepção criativa, quando pertinente.

ANEXO III
ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

1.0. A Proposta de Preços deverá ser apresentada no idioma português, sem rasuras, emendas ou entrelinhas, digitada em papel timbrado, datada e assinada por representante legal do Licitante, na última folha, e rubricada nas demais.

2.0. A Proposta de Preços deverá conter:

2.1. Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes no Modelo de Proposta Anexo a este Edital, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

a. Percentual de desconto de, no mínimo,15% (quinze por cento), a ser concedido à Prefeitura Municipal, sobre os custos internos dos serviços executados pelo Licitante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a Proposta apresentada pelo Licitante Vencedor;

b. Honorários (em percentual) de até 14% (quatorze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do Licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11 da Lei Federal Nº 4.680/65;

c. Honorários (em percentual) de até 14% (quatorze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do Licitante, referentes:

I. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao Objeto do Contrato;

II. À renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11 da Lei Federal Nº 4.680/65;

III. À reimpressão de peças publicitárias.

d. Honorários (em percentual) de até 14% (quatorze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do Licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de Comunicação Publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.2. Declaração do Licitante:

2.2.1. Comprometendo-se a repassar à Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços;

2.2.2. Que o Preço Proposto será de exclusiva responsabilidade do 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.

2.2.3. Afirmando que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços Objeto desta Licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste Subitem;

2.2.4. Comprometendo-se de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

2.2.5. Afirmando que suas Propostas 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.

3.0. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

a. Não atender as exigências deste Edital e de seus Anexos;

b. Apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a prestação dos serviços;

c. Apresentar percentual de desconto inferior a 15% (quinze por cento), a ser concedido à Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, sobre os custos internos dos serviços executados pelo Licitante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a proposta apresentada pelo Licitante Vencedor;

d. Apresentar percentual de honorários superior a 14% (quatorze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do Licitante,

referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11 da Lei Federal Nº 4.680/65;
e. Apresentar percentual de honorários superior a 14% (quatorze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do Licitante, referentes:
I. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao Objeto do Contrato;
II. À renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11 da Lei Federal Nº 4.680/65;
III. A renovação de peças publicitárias
f. Apresentar percentual de honorários superior a 14% (quatorze por cento) incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do Licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de Comunicação Publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.
g. Possuir preços manifestamente inexequíveis ou permanecerem acima do orçamento estimado para a contratação, observando-se o disposto no Artigo 59 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021;
h. Apresentar propostas com preços insanáveis, que não obedeçam às especificações técnicas pormenorizadas no Edital, que não tenham a sua exequibilidade demonstrada, quando exigido pela Administração; e em desconformidade com quaisquer outras exigências do Edital, desde que insanável, conforme previsão no Artigo 59 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.

4.0. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA
4.1. A Comissão de Contratação atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme tabela a seguir:

ITEM	OBJETO	NOTA
01	Percentual de desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, sobre os custos internos dos serviços executados pelo Licitante, a ser concedido ao Contratado, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a Proposta apresentada pelo Licitante Vencedor. Percentual Mínimo: 15%	**1.** Desconto inferior a 15% (Desconto < 15%) **NOTA ZERO** **2.** Desconto igual ou superior a 15%: (Desconto $\geq$ 15%) **N = 0,5 X DESCONTO**
02	Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores com a intermediação e supervisão do Licitante, referentes à produção e a execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de Agência concedido pelos veículos de comunicação, nos termos do Artigo 11 da Lei Federal Nº 4.680/65. Percentual Máximo: 14%	**1.** Honorários superior a 14%: (Honorários > 14%:) **NOTA ZERO** **2.** Honorários igual ou inferior a 14%: (Honorários $\leq$ 14%:) **N = 3,00 x (14,00 – honorários)**
03	Honorários (em percentual) sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores com a intermediação e supervisão do Licitante, referentes: **I.** Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao Objeto do Contrato; **II.** À renovação do direito de autor e	**1.** Honorários superior a 14%: (Honorários > 14%:) **NOTA ZERO** **2.** Honorários igual ou inferior a 14%: (Honorários $\leq$ 14%:) **N = 3,00 x (14,00 – honorários)**

	conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11 da Lei Federal Nº 4.680/65; À reimpressão de peças publicitárias. Percentual Máximo: 14%	

ITEM	OBJETO	NOTA
04	Honorários (em percentual), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do Licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de Comunicação Publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias. Percentual Máximo: 14%	**1.** Honorários superior a 14%: (Honorários > 14%:) **NOTA ZERO** **2.** Honorários igual ou inferior a 14%: (Honorários $\leq$ 14%:) **N = 3,00 x (14,00 – honorários)**

Observação:
Para efeito de cálculo das notas de cada Licitante, os termos **desconto** e **honorários** serão substituídos nas fórmulas da coluna **Notas** pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo **"%".**

(Honorários $\leq$ 14%:)
N = 3,00 x (14,00 – honorários)

4.2. As Notas serão calculadas com 1 (uma) casa decimal.
4.3. A Nota Geral de cada Proposta de Preços será obtida mediante o somatório das notas atribuídas à totalidade dos quesitos constantes na tabela anterior.
4.4. A Proposta de Preços que obtiver a Maior Nota será considerada como a de Menor Preço.
5.0. Não se considerará qualquer oferta ou vantagem não prevista neste Edital, ou vantagens baseadas nas ofertas dos demais Licitantes.
6.0. O Prazo de validade da proposta será de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, contados da data da entrega dos Envelopes.
6.1. Caso o Licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no Item Acima ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos Envelopes com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação realizará com ele diligência nos termos do Artigo 64 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021, como forma de prorrogar o referido prazo.
6.2. O Licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos Envelopes com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.
7.0. Erros aritméticos serão retificados da seguinte forma: se houver discrepância entre os percentuais propostos, prevalecerá o montante por extenso e, se o Licitante não aceitar a correção do erro, sua proposta será rejeitada.
8.0. No preço proposto estarão inclusos os encargos sociais e trabalhistas, toda carga tributária, os custos dos serviços e demais despesas indiretas, necessários ao pleno e completo fornecimento dos serviços licitados.
9.0. Os percentuais apresentados e levados a efeito de julgamento serão de exclusiva e total responsabilidade do Licitante, não lhe cabendo, neste caso, o direito de pleitear qualquer alteração.
10.0. Pertencem ao Contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de Agência de Propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo,

espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação, nos termos do Artigo 15, Parágrafo Único, da Lei Federal Nº 12.232 de 2010.

11.0. A simples apresentação das Propostas implicará a aceitação integral das condições fixadas neste Edital, bem como a observância da legislação e normas legais pertinentes.

12.0. Não serão consideradas quaisquer Cláusulas ou condições especiais no corpo das Propostas, oferta de vantagem não prevista neste Edital.

13.0. Poderão ser admitidas, a critério da Comissão de Contratação, alterações formais destinadas a sanar evidentes erros formais que não impliquem alteração do conteúdo das Propostas e desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Licitação.

14.0. JULGAMENTO FINAL

14.1. O Julgamento Final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei Federal Nº 14.133 de 2021 com o Critério de Julgamento Técnica e Preço, nos termos dos Artigos 36 e 37 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021, com peso 70 (setenta) para a Proposta Técnica e peso 30 (trinta) para a Proposta de Preços.

14.2. No Julgamento Final das Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão de Contratação adotará os seguintes procedimentos:

I Identificação da Pontuação Final - PF de cada Licitante.

I Identificação da Nota da Proposta Técnica - NPT de cada Licitante;

III Identificação da Nota da Proposta de Preços – NPP de cada Licitante;

14.3. Estabelecendo os pesos:

Nota Proposta Técnica peso **7 (sete);**

Nota Proposta de Preço peso **3 (três).**

A Pontuação Final de cada Licitante será obtida pela aplicação da Fórmula:

$$\mathbf{PF = (NPT \times 0,7) + (NPP \times 0,3)}$$

14.4. Será Vencedor desta Concorrência o Licitante que mantenha as condições de participação estabelecidas no Edital e que:

a. Tenha obtido a maior Pontuação Final - PF, nos termos do Subitem 14.3.;

b. Tenha sido Habilitado observadas as disposições constantes no Edital.

14.5. Em caso de empate entre duas ou mais Propostas, conforme Lei Federal Nº 14.133 de 2021, serão utilizados os seguintes critérios de desempate, nesta ordem:

I. Disputa Final, hipótese em que os Licitantes empatados poderão apresentar nova proposta em ato contínuo à Classificação;

II. Avaliação do desempenho contratual prévio dos Licitantes, para a qual deverão preferencialmente ser utilizados registros cadastrais para efeito de atesto de cumprimento de obrigações previstos nesta Lei;

III. Desenvolvimento pelo Licitante de ações de equidade entre homens e mulheres no ambiente de trabalho, conforme regulamento;

IV. Desenvolvimento pelo Licitante de programa de integridade, conforme orientações dos órgãos de controle.

14.6. Mantida a igualdade, o Licitante Vencedor será definido em sorteio realizado em sessão pública;

14.7. Definido o Resultado do Julgamento, a Administração poderá negociar condições mais vantajosas com o primeiro colocado, conforme previsão no Artigo 61 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.

ANEXO IV
MODELO DA PROPOSTA DE PREÇOS

CONCORRÊNCIA Nº 00001/2025
À Comissão de Contratação
Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba

1.0. Apresentamos nossa Proposta para prestação dos serviços de publicidade da Licitação em referência.

1.1. IDENTIFICAÇÃO DO LICITANTE:
RAZÃO SOCIAL:
CNPJ e INSCRIÇÃO ESTADUAL:
ENDEREÇO;
TELEFONE;
E-MAIL;
AGÊNCIA e NÚMERO DA CONTA CORRENTE

2.0. CONDIÇÕES GERAIS
2.1. O Licitante conhece e aceita os termos do instrumento convocatório que rege a presente Licitação, bem como a Minuta de Contrato que o integra.

3.0 REMUNERAÇÃO
3.1. Declaramos que na vigência do Contrato a ser assinado com este Órgão adotaremos:
a. O desconto de % ( ), sobre os custos internos dos serviços executados pelo Licitante, a ser concedido O Contratado, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB;
b. Os Honorários de % ( ) a serem cobrados à Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do Contratado, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11 da Lei Federal Nº 4.680/65;
c. Os Honorários de % (..) a serem cobrados à Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do Contratado, referentes:
I. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao Objeto do Contrato;
II. À renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11 da Lei Federal Nº 4.680/65;
III. À reimpressão de peças publicitárias.
a. Os Honorários de % ( ) a serem cobrados à Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do Licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de Comunicação Publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.
3.2. Os Preços Propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na Vigência do Contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
3.3. O prazo de validade desta Proposta de Preços é de ( ) dias corridos, contados de sua apresentação.
4.0. Outras declarações
4.1. Estamos cientes de que o Contratante procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em Lei.
4.2. Comprometemo-nos:

a. A envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao **Contratante** todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no Parágrafo Único do Artigo 15 da Lei Federal Nº 12.232 de 2010.

b. De fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

4.3. Afirmamos que, nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços Objeto desta Licitação, inclusive cessão de direitos autorais.

4.4. Afirmamos que nossa Proposta de Preços compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas Leis Trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das Propostas.

4.5. Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da Licitação em referência.

Serra Branca,

ANEXO V

BRIEFING DA CAMPANHA

A PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SERRA BRANCA E A VALORIZAÇÃO DA EDUCAÇÃO PÚBLICA NA VOLTA ÀS AULAS

O presente Briefing tem por objetivo orientar as Agências de Publicidade interessadas em participar do Processo Licitatório na Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, em especial no que se refere a simulação de campanha solicitada para análise na Proposta Técnica

APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO

O Município de Serra Branca, está localizado no Sertão do Carriri(Ocidental) Paraibano e na Região Geográfica Imediata de Sumé, Estado da Paraíba. Sua população em 2023 foi estimada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) em 13 500 habitantes, distribuídos em uma área total de cerca de 1.300 km^2.

CONTEXTO LOCAL: DESAFIOS E NECESSIDADES

A Rede Municipal de Ensino de Serra Branca inicia mais um ano letivo com o compromisso de oferecer uma educação pública de qualidade. A campanha busca reforçar junto à população a importância da participação da família na vida escolar, valorizar os profissionais da educação e destacar os investimentos feitos nas escolas municipais. Ao estimular o retorno às aulas com motivação e senso de pertencimento, a Gestão também fortalece o vínculo entre a comunidade e a escola.

OBJETIVO DA CAMPANHA: ENGAJAMENTO E CONSCIENTIZAÇÃO

Promover a valorização da Educação Pública em Serra Branca, incentivando a presença dos alunos nas salas de aula, reforçando o papel da família no processo educativo e reconhecendo o esforço de toda a rede municipal no início do novo ano letivo

TOM DA COMUNICAÇÃO

Acolhedor, inspirador e positivo. A linguagem deve ser simples, afetiva e motivadora, voltada para criar orgulho e confiança na Escola Pública.

PROPOSTA CRIATIVA ESPERADA

O licitante deverá propor uma campanha institucional que celebre o início do ano letivo nas escolas municipais, destacando ações da Gestão, melhorias na estrutura escolar, formação de professores e o impacto positivo da educação na vida das crianças e jovens de Serra Branca. A comunicação deve refletir o clima de acolhimento, confiança e valorização dos profissionais da educação.

DESAFIOS LOCAIS A CONSIDERAR

- Incentivar o comparecimento regular dos alunos às aulas.
- Combater a evasão escolar, especialmente em áreas rurais.
- Reforçar o papel das escolas como espaços de cuidado e formação integral.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO: ABORDAGEM MULTICANAL

Desenvolver uma campanha publicitária abrangente, com duração de 30 dias, que utilize uma estratégia crossmedia para alcançar o público-alvo.

Utilizar de forma efetiva os canais de comunicação digitais, como redes sociais e o site da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, para informar e interagir com a população.

Utilizar canais locais, caso possível, conectando de forma mais próximas os munícipes, incluindo mídia OOH, onde couber.

RECURSOS E PÚBLICO-ALVO

Investir R$ 120.000,00 em custos de criação, produção e veiculação da campanha.
Pais, responsáveis, estudantes da Rede Municipal, professores e comunidade escolar em geral.

ANEXO VI
MODELO DE CREDENCIAMENTO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 00001/2025
À Comissão de Contratação
Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba

OUTORGANTE: Nome,
Endereço,
Razão Social
OUTORGADO: Nome
Qualificação do representante

OBJETO:
Representar o outorgante perante a Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, no curso da Concorrência Nº 0000/2025, que se realizará no (Nome e Endereço da Dependência).

PODERES:
Retirar Editais, apresentar Documentação e Proposta, participar de Sessões Públicas de Abertura de Documentos de Habilitação e de Propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso, bem como assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

Serra Branca,

(Assinatura do declarante)
(Nome completo do declarante)
(Nº da Carteira de Identidade do declarante e Nº CPF)

OBSERVAÇÃO:

1. No caso de instrumento particular, deverá ser comprovada a capacidade de o signatário nomear procurador, mediante apresentação de cópia do estatuto ou Contrato social em vigor, e, quando se tratar de sociedade anônima, da ata de nomeação do signatário.

2. Preencher em papel timbrado da Empresa
Apresentar juntamente com o RG (Cédula de Identidade) e CPF .Esta Carta de Credenciamento não deverá vir inserida em nenhum dos Envelopes, de modo a ser exibida pelo referido representante antes da abertura da sessão.

ANEXO VII
DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVINIENTE

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 00001/2025
À Comissão de Contratação
Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE

CNPJ Nº
(Nome da Empresa)
Sediada à
(Endereço Completo)

Declara, sob as penas da Lei, que até a presente data inexistem **FATOS IMPEDITIVOS** para sua Habilitação na **CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 00001/2025**, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Serra Branca,

Assinatura do declarante)
(Nome completo do declarante)
(Nº da Carteira de Identidade do declarante e Nº CPF)

ANEXO VIII
DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE MENOR TRABALHADOR

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 00001/2025
À Comissão de Contratação
Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE MENOR TRABALHADOR

CNPJ Nº
(Nome da Empresa)
Sediada à
(Endereço Completo)

Por intermédio de seu representante Legal, o(a) Sr(a), portador(a) do R.G Nº e inscrito no CPF sob o Nº , **DECLARA** para fins do disposto do Inciso VI do Artigo 68 da Lei Federal Nº 14.133/21, que **Não Emprega Menor de 18 (dezoito) Anos em Trabalho Noturno, Perigoso ou Insalubre e Não Emprega Menor de 16 (dezesseis) Anos**.

Ressalva: **EMPREGA MENOR, A PARTIR DE 14 (QUATORZE) ANOS, NA CONDIÇÃO DE APRENDIZ**:
( ) Sim ( ) Não

Serra Branca,

Assinatura do declarante)
(Nome completo do declarante)
(Nº da Carteira de Identidade do declarante e Nº CPF)

ANEXO IX
DECLARAÇÃO GERAL

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 00001/2025
À Comissão de Contratação
Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba

DECLARAÇÃO GERAL

CNPJ Nº
(Nome da Empresa)
Sediada à
(Endereço Completo)

Por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a): , R.G Nº e CPF Nº ,

DECLARA para todos os fins:

a. Que recebeu e estudou todos os documentos inerentes à presente competição e tomou conhecimento integral do teor do Edital de Licitação supracitado, sujeitando-se às disposições nele contidas;

b. Que tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações Objeto da Licitação;

c. Que responde pela veracidade das informações prestadas, na forma da Lei;

d. Que adota medidas e ações destinadas a evitar ou corrigir danos ao meio ambiente, segurança e medicina do trabalho, que possam vir a ser causados na execução do Objeto desta Licitação;

e. Que não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública, bem como comunicará qualquer fato ou evento superveniente quanto à Habilitação ao certame supra, especificamente à Qualificação Técnica, Regularidade Fiscal, Capacidade Jurídica e Situação Econômico-Financeira;

f. Que na composição societária não existe participação de dirigentes ou empregados do Contratante;

g. 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 específica.

Serra Branca**,**

Assinatura do declarante)
(Nome completo do declarante)
(Nº da Carteira de Identidade do declarante e Nº CPF)

ANEXO X
TRATAMENTO DE DIREITOS AUTORAIS

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 00001/2025
À Comissão de Contratação
Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba

Por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a): , R.G Nº e CPF Nº ,
em relação a questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, **DECLARA** que:

Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos constantes no Edital e seus Anexos, bem como, no que diz respeito ao tratamento dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, e que:

a. O Contratado cede ao Contratante, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste Contrato.

b. A cessão de que trata a alínea anterior será por tempo indeterminado, ficando vedada ao Contratado a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do Contrato.

c. O Contratante poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato, ou após o prazo de vigência, inclusive em caso derescisão, não cabendo o Contratado qualquer espécie de remuneração.

d. A juízo do Contratante, as peças criadas pelo Contratado poderão ser reutilizadas por outros órgãos da Administração Direta ou Indireta da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, sem que caiba a eles ou ao Contratante qualquer ônus perante o Contratado.

e. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio da Agência de Propaganda com que mantenha Contrato, quando couber,efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

f. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, o Contratado solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pelo Contratante.

g. O Contratado utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou Contrato, de Cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pelo Contratante em cada caso e se Declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nas alíneas “h” e “i” seguintes.

h. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo Contratante em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de, no máximo, 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

i. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo Contratante aos detentores dos

direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de, no máximo, 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

j. Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei Federal Nº 9.610/98, o Contratado solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pelo Contratante.

l. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nas alíneas "h" e "i", o valor a ser pago pelo Contratante será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste Contrato.

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

n. O Contratado se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pelo Contratante.

Serra Branca,

Assinatura do declarante)
(Nome completo do declarante)
(Nº da Carteira de Identidade do declarante e Nº CPF)

ANEXO XI
MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO Nº 00002/2025

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS EM REGIME DE EXECUÇÃO INDIRETA, QUE ENTRE SI FAZEM A PREFEITURA MUNICIPAL DE SERRA BRANCA, ESTADO DA PARAÍBA E ...

A Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, com Sede na Rua Raul da Costa Leão, Nº 196, Centro, inscrito no CNPJ sob o Nº 09.074.345/0001–64, neste ato representada por ....., portador do CPF Nº e da Cédula e Identidade Civil Nº - SSP/ doravante denominado Contratante, e de outro lado, a Empresa , pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita no CNPJ sob o Nº , com Sede à , neste ato representada pelo(a) Senhor(a) , , portador(a) do CPF Nº e da Identidade Civil RG Nº SSP/ , de ora em diante denominado Contratado, resolvem celebrar o presente Contrato, em conformidade com a Concorrência N° /2025, e em observância ao disposto nos termos da Lei Federal Nº 12.232 de 2010 e, subsidiariamente, da Lei Federal Nº 14.133 de 2021, e demais dispositivos legais, de acordo com as **CLÁUSULAS** e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DAS DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.0. Este Contrato está vinculado à Licitação na modalidade Concorrência, nos termos e condições do Edital de Concorrência Nº 00002/2025, com critério de julgamento "**Técnica e Preço**", e com regime de execução empreitada por preço unitário.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO OBJETO

2.0. Contratação de Agência de Publicidade para a prestação de serviços de propaganda e publicidade institucional, conforme a Lei Federal Nº 12.232 de 2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a execução externa, a distribuição de publicidade de caráter institucional de competência do Município.
2.1.1. Também fazem parte do Objeto deste Contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
a. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do Contrato;
b. À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de Comunicação Publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
c. À produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pela Agência Contratada.
2.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do Subitem 2.1.1. terão a finalidade específica de:
a. Gerar conhecimento sobre a área de atuação da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
b. Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
c. Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do Contrato.
2.1.1.2. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea "a" do Subitem 2.1.1. de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o Objeto deste Contrato de prestação de serviços de publicidade.
2.1.2. É vedado incluir outros serviços não previstos nos Itens 2.1. e 2.1.1., em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, conforme preconiza a Lei Federal Nº 12.232 de 2010.

2.1.3. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no Subitem Anterior, os patrocínios publicitários de projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

2.1.3.1. Os patrocínios publicitários, mencionados no Item 2.1.3., os quais não são vedados, correspondem aos projetos de mídia realizados por meio da compra de espaços e/ou tempo publicitários em veículos de comunicação e divulgação, decorrentes da necessidade de associar uma marca, produto ou mensagem à transmissão de algum evento e/ou projeto esportivo, cultural, informativo ou de entretenimento.

2.1.4. Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Poder Executivo.

2.2. As obrigações contidas no Edital e seus Anexos, na proposta do Contratado, integram expressamente o Objeto deste Contrato. As obrigações neles previstas vinculam o Contratado, que será responsabilizado por qualquer inexecução ou inadimplemento.

2.3. O Contratado não poderá subcontratar outra Agência de Propaganda para a execução de serviços exclusivos do próprio Contratado.

2.4. O Contratado atuará por ordem e conta da Prefeitura Municipal, em conformidade com o Artigo 3º da Lei Federal Nº 4.680/65, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o Subitem 2.1.1., e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.5. O produto final decorrente da execução do Objeto desta Licitação será propriedade da Prefeitura Municipal, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando o contratado sujeito às penalidades aplicáveis.

CLAUSULA TERCEIRA – DO VALOR DO CONTRATO, DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E DA REMUNERAÇÃO

3.1. As despesas a serem realizadas pelo Contratado estão estimadas em R$ ( ), sendo este valor meramente estimativo em razão da expectativa de uso dos serviços de publicidade e da disponibilidade orçamentária, não estando o Contratante obrigado a utilizar a totalidade do Valor Contratado.

3.2. Os recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2025, estão consignados na dotação orçamentária da Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba.

3.3. Se o Contratante optar pela prorrogação do Contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.3.1. As despesas para o exercício futuro correrão à conta das dotações orçamentárias indicadas em termo aditivo ou Apostilamento.

3.4. O Contratante se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade das verbas previstas.

3.5. Pelos serviços prestados, o Contratado será remunerado e sobre:

a. Percentual de desconto de, % (por cento), a ser concedido à Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, sobre os custos internos dos serviços executados pelo Licitante, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, conforme a proposta apresentada pelo Licitante Vencedor;

b. Honorários (em percentual) de % (por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do Contratado, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11 da Lei Federal Nº 4.680/65;

c. Honorários (em percentual) de % (por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do Contratado, referentes:

I. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao Objeto do Contrato;

II. À renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11 da Lei Federal Nº 4.680/65;

III. À reimpressão de peças publicitárias.

c. Honorários (em percentual) de % (por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão do Contratado, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de Comunicação Publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

e. Pela percepção do desconto de Agência, à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o Artigo 11 da Lei Federal Nº 4.680/65.

3.6. Os layouts reprovados não serão cobrados pelo Contratado.

3.6.1. Os custos e as despesas de veiculação apresentados o Contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de Empresa independente, sempre que possível.

3.6.2. Pertencem ao Contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de publicidade/propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

3.7. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre cachê original a ser pago pelo Contratante a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de 50% (cinquenta por cento).

3.7.1. O valor inicialmente contratado poderá ser repactuado, tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna - IGP-DI, da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

3.8. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre o valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas às peças, a ser pago pelo Contratante aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, será de 50% (cinquenta por cento).

3.8.1. O valor inicialmente contratado poderá ser repactuado, tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna - IGP-DI, da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

3.9. Despesas com deslocamento de profissionais do Contratado ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade.

CLÁUSULA QUARTA - DO PAGAMENTO

4.1. Os pagamentos dar-se-ão da seguinte forma:

4.1.1. Valores relativos aos serviços de terceiros:

a. Condição de Pagamento: Fica estabelecido que os valores devidos com as operações com terceiros serão pagos pelo Contratante em até 10 (dez) dias úteis após a realização dos serviços e entrega das respectivas **Notas Fiscais** e demais documentos relativos ao faturamento.

b. Condição de Faturamento: As **Notas Fiscais** referentes à prestação de serviço de terceiros deverão ser entregues pelo Contratado na sede ou domicílio do Contratante. Juntamente com o documento fiscal deverá ser entregue cópia das **Notas Fiscais** das Empresas Subcontratados pelo Contratado, cópias dos orçamentos, cópia das ordens de compras devidamente assinadas, cópias das autorizações de publicação devidamente assinadas e cópias dos pedidos de inserção.

c. Forma de Pagamento: O Pagamento será efetuado mediante Depósito Bancário na Conta Corrente do Contratado, descrita no Contrato firmado entre as partes, sendo efetuado a retenção na fonte de tributos e contribuições descritas na Legislação em Vigor.

4.1.2. Valores relativos aos serviços prestados pelo Contratado:

a. Condição de Pagamento: Fica estabelecido que os valores devidos com os serviços prestados pelo Contratado serão pagos pelo Contratante, em até 10 (dez) dias úteis após a realização dos serviços e entrega das respectivas notas fiscais e demais documentos relativos ao faturamento.

b. Condição de Faturamento: As **Notas Fiscais** deverão ser entregues pelo Contratado na sede ou domicílio do Contratante.

4.2. Para efetivação de cada pagamento, será verificada todas as condições de Habilitação e qualificação exigidas na Licitação.

4.3. Os pagamentos sofrerão as retenções de impostos, conforme Legislação Vigente.

4.4. Os pagamentos serão através de crédito na conta bancária da Empresa Contratada.

4.5. As datas citadas acima poderão sofrer alterações, mediante acordo entre as partes, em função de particularidades de alguma Contratação.

4.6. Para pagamento das despesas com veiculação, deverão constar dos procedimentos de execução do Contrato os documentos fiscais apresentados pelo Contratado, a demonstração do valor devido ao veículo, sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de Empresa Independente.

4.6.1. Quando não for possível a apresentação do relatório de checagem de veiculação previsto neste Item, o Contratado demonstrará essa impossibilidade, para que o Contratante pondere e decida.

4.7. Além da remuneração prevista, o Contratado fará jus ao desconto concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o Artigo 11 da Lei Federal Nº 4.680/65.

4.8. O desconto padrão de Agência é concedido o Contratado pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta do Contratante, nos termos do Artigo 19 da Lei Federal Nº 12.232 de 2010.

4.9. O pagamento somente será efetuado após o "atesto", pelo servidor competente, da Nota Fiscal/Fatura apresentada pelo Contratado, condicionado à verificação da conformidade da Nota Fiscal/Fatura apresentada pelo Contratado e do regular cumprimento das obrigações assumidas.

4.10. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura ou dos documentos pertinentes à contratação, ou, ainda, circunstância que impeça a liquidação da despesa, o pagamento ficará pendente até que o Contratado providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a comprovação da regularização da situação, não acarretando qualquer ônus para o Contratante.

4.11. Antes do pagamento, o Contratante verificará condições de Habilitação e qualificação do Contratado, especialmente quanto à Regularidade Fiscal, que poderá ser feita em sites oficiais, devendo seu resultado ser impresso, autenticado e juntado ao processo de pagamento.

4.12. O Contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar Nº 123, de 2006, não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de Documento Oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

4.13. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que o Contratado não tenha concorrido de alguma forma para tanto, o valor devido deverá ser acrescido de encargos moratórios proporcionais aos dias de atraso, apurados desde a data limite prevista para o pagamento até a data do efetivo pagamento, à taxa de 6% (seis por cento) ao ano, aplicando-se a seguinte fórmula:

EM = I x N x VP

EM - Encargos Moratórios a serem acrescidos ao valor originariamente devido;
I - Índice de atualização financeira
N - Número de dias entre a data limite prevista para o pagamento e a data do efetivo pagamento
VP - Valor da Parcela em Atraso.

CLÁUSULA QUINTA - DO REAJUSTAMENTO DOS PREÇOS

5.1. Após o período de 12 (doze) meses, os preços poderão ser reajustados pela tabela vigente da Sindicato das Agências de Propaganda na Paraíba - SINAPRO-PB, caso esta tenha sido reajustada.

5.2. O Contratante poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com o Contratado, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da Execução do Contrato.

5.3. O reajuste de preços dar-se-á após parecer jurídico e decisão fundamentada da Administração e se materializará mediante Aditivo Contratual ou simples Apostilamento.

CLÁUSULA SEXTA - DA VIGÊNCIA

6.1. O Prazo de Vigência do Contrato será de 12(doze) meses, a partir da data da sua assinatura, podendo, por interesse da Administração, ser prorrogado na forma do Artigo 107 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.

6.2. O Contratado não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

6.3. Tanto a prorrogação de prazos, quanto a Alteração deste Contrato, serão efetuadas mediante Termo de Aditamento.

CLÁUSULA SÉTIMA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO

7.1. O Contratado tem as seguintes obrigações

7.1.1. Iniciar a prestação/execução dos serviços após a assinatura do Contrato, mediante solicitação do Contratante.

7.1.2. Prestar ao Contratante os serviços ora contratados, obrigando-se a não assumir encargos de qualquer natureza, salvo por explícita concordância do Contratante.

7.1.3. Efetuar e apresentar, antes das subcontratações, cotações de preços para aquisição de suprimentos, com pelo menos 3 (três) fornecedores, remetendo ao Contratante para prévio exame e aprovação. A cada processo de cotação de preços, o Contratante reserva-se o direito de efetuar novas cotações, visando à obtenção da proposta mais vantajosa para Administração.

7.1.3.1. Executar todas as contratações de suprimentos que deverão ser autorizadas pelo Contratante.

7.1.3.2. Executar todas as contratações de serviços de produção, sejam com ou sem os serviços de supervisão, deverão, obrigatoriamente, ser autorizadas pelo Contratante.

7.1.4. Apresentar ao Contratante todas as estimativas de custos para prestação dos serviços e outros Subcontratados que lhe forem incumbidos.

7.1.5. Efetuar todos os pagamentos decorrentes de serviços executados por ordem do Contratante, dentro das condições e prazos estipulados nas faturas originais de serviços, responsabilizando-se civil e criminalmente pelo não-cumprimento destas obrigações.

7.1.6. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos financeiros e que redundem em aumento de despesas ou perdas de descontos.

7.1.7. Administrar e executar todos os Contratos firmados com terceiros respondendo por todos os efeitos desses Contratos perante terceiros e ao próprio Contratante.

7.1.8. Responder pelas consequências resultantes de qualquer ação judicial movida por terceiros contra o Contratante, com base na legislação de proteção a industrial ou de direitos autorais, relacionados com os serviços, Objeto do presente Contrato.

7.1.9. Responsabilizar-se pelos danos causados, na hipótese do Contratado violar direitos do autor e os direitos que lhe são conexos previstos na legislação específica, no ato da cessão dos referidos direitos ao Contratante.

7.1.10. Não assumir quaisquer despesas em nome e por conta do Contratante, sem sua expressa autorização.

7.1.11. Informar ao Contratante toda e qualquer excepcionalidade ocorrida durante a prestação do serviço, para que sejam tomadas as providências necessárias.

7.1.12. Acompanhar a veiculação publicitária que lhe for incumbida pelo Contratante, por meio de auditoria externa e da conferência - checking dos mapas de veiculação.

7.1.13. Responsabilizar-se pelos danos causados ao Contratante ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do Contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pelo Contratante.

7.1.14. Responsabilizar-se por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus empregados e prepostos, quando nas dependências do Contratante ou em outro local, executando o Objeto da Licitação, devendo adotar as providências que, a respeito, exigir a Legislação em Vigor.

7.1.15. Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução do Objeto da Licitação, mesmo que para isso outra solução não prevista no Edital tenha que ser apresentada para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para o Contratante, desde que de responsabilidade do Contratado.

7.1.16. Formalizar a cessão dos direitos de propriedade e de utilização dos materiais obtidos durante a prestação de serviços e dos produtos finais que forem gerados.

7.1.17. Manter total sigilo sobre os serviços executados, vedada a divulgação de qualquer informação sem a prévia autorização do Contratante.

7.1.18. Não sobrepor os planos de incentivo aos interesses do Contratante, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir- se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

7.1.19. Reservar e comprar espaço e/ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do Contratante, se previamente os identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

7.1.20. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados, exceto no que tange à compra de mídia:

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

b. Apresentar, pelo menos, 3 (três) orçamentos coletados entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, conforme determinação contida no Artigo 14 da Lei Federal Nº 12.232 de 2010;

c. Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
d. A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a Identificação Completa do Fornecedor (Nome, CNPJ ou CPF, Endereço, Telefone, entre outros dados) e a Identificação Completa (Nome, RG e CPF) e Assinatura do Responsável;
e. Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de Inscrição do fornecedor no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se for o caso, relativo ao seu domicílio ou sede, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o serviço a ser fornecido.
7.1.21. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e/ou material produzidos, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a Extinção do Contrato.
7.1.22. Obter as licenças necessárias à execução dos serviços junto às repartições competentes.
7.1.23. Manter, durante a vigência do Contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de Habilitação e Qualificação exigidas pela Lei Federal Nº 14.133 de 2021.
7.1.24. Cumprir as exigências de reserva de cargos prevista em Lei, bem como em outras normas específicas, para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social e para aprendiz;
7.1.25. Manter a adoção, na execução dos serviços, de boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.
7.1.26. Observar as demais obrigações impostas no Edital da Licitação e nos seus Anexos.

CLÁUSULA OITAVA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE
8.1. Proporcionar todas as condições para que o Contratado possa desempenhar seus serviços de acordo com as determinações do Contrato, do Edital e seus Anexos.
8.2. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo Contratado, de acordo com as Cláusulas Contratuais e os termos de sua proposta.
8.3. Exercer o acompanhamento e a fiscalização dos serviços por servidor especialmente designado, anotando em registro próprio as falhas detectadas.
8.4. Notificar o Contratado por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção.
8.5. Pagar ao Contratado o valor resultante da prestação do serviço, na forma do Contrato.
8.6. Zelar para que durante toda a vigência do Contrato sejam mantidas, em compatibilidade com as obrigações assumidas pelo Contratado, todas as condições de Habilitação e Qualificação exigidas na Licitação.
8.7. Realizar cadastro prévio para que haja o fornecimento de bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do Objeto do Contrato, conforme determina o Artigo 14 da Lei Federal Nº 12.232 de 2010.
8.8. Divulgar no sítio do Contratado na internet, em local específico para esse fim, as informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, garantindo o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

CLÁUSULA NONA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
9.1. Sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal que couber, garantido o contraditório e a ampla defesa, poderá o Contratante aplicar ao Contratado as seguintes penalidades, previstas nos Artigos 156 e seguintes da Lei Federal Nº 14.133 de 2021:
a. Advertência;
b. Multa
b.1. Multa Moratória de até 0,5% (meio por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 20 (vinte) dias;
b.2. As Penalidades de Multa decorrentes de fatos diversos serão consideradas independentes entre si.
b.4 Multa Compensatória de até 30% (trinta por cento) sobre o Valor Total do Contrato, no caso de Inexecução Total do Objeto;
b.5. Em caso de Inexecução Parcial, a Multa Compensatória, no mesmo percentual do Subitem acima, será aplicada de forma proporcional à obrigação inadimplida;
c. Impedimento de contratar com o Órgão, entidade ou unidade administrativa pela qual a Administração Pública opera e atua concretamente, pelo prazo de até 3 (três) anos;
d. Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar.

9.2. A aplicação de multa não impede que a Administração rescinda unilateralmente o Contrato e aplique as outras sanções cabíveis.
9.3. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a natureza e a gravidade da infração cometida; as peculiaridades do caso concreto; as circunstâncias agravantes ou atenuantes; os danos que dela provierem para a Administração Pública; e a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.
9.4 As multas devidas e/ou prejuízos causados ao Contratante serão deduzidos dos valores a serem pagos, ou recolhidos em favor da Prefeitura Municipal, ou deduzidos da Garantia, ou ainda, quando for o caso, serão inscritos na Dívida Ativa do Município e cobrados judicialmente.
9.5. Em se tratando de inobservância do prazo fixado para apresentação da Garantia (seja para reforço ou por ocasião de prorrogação), em caso de atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias, autorizará a Administração Contratante a promover a rescisão do Contrato.
9.6. Na aplicação das penalidades, a Administração deverá observar o disposto no Artigo 156 e seguintes da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.

CLÁUSULA DÉCIMA – GARANTIA DE CUMPRIMENTO DAS OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS E SEGUROS
10.1. O Contratado, na Assinatura deste **Contrato**, prestou garantia no valor de R$..... (.....), na modalidade , correspondente a ....% (por cento) de seu valor total, observadas as condições previstas no Edital.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA- DA RESCISÃO CONTRATUAL
11.1. A Inexecução Total ou Parcial deste Contrato enseja a sua Rescisão.
11.1.1. Os casos de Rescisão Contratual deverão ser formalmente motivados nos autos do Processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa.
11.2. A Rescisão do Contrato poderá ser:
a. Determinada por ato unilateral e escrito da Administração nos casos enumerados do Artigo 137 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021;
b. Amigável, por acordo entre as partes, por conciliação, por mediação ou por comitê de resolução de disputas, desde que haja interesse da Administração;
c. Determinada por Decisão Arbitral, em decorrência de Cláusula Compromissória ou Compromisso Arbitral, ou por Decisão Judicial.
11.2.1. A extinção determinada por ato unilateral da Administração e a extinção consensual deverão ser precedidas de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente e reduzidas a termo no respectivo processo.
11.3. A rescisão por descumprimento de Cláusulas Contratuais acarretará a execução da Garantia Contratual, para ressarcimento do Contratante, e dos valores das multas e indenizações a ele devidos, bem como a retenção dos créditos decorrentes do Contrato, até o limite dos prejuízos causados ao Contratante, além das sanções previstas neste instrumento.
11.4. Deverão ser observados os regramentos previstos nos Artigo 137 e seguintes da Lei Federal Nº 14.133/21.
11.5. O Termo de Rescisão deverá indicar, conforme o caso:
11.5.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;
11.5.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;
11.5.3. Indenizações e multas.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA FISCALIZAÇÃO
12.1. A fiscalização do presente Contrato será exercida por um representante da Administração, ao qual competirá dirimir as dúvidas que surgirem no curso da Execução do Contrato e de tudo dará ciência à Administração.
12.2. Serão designados Gestor e Fiscais do Contrato para acompanhamento da Execução Contratual, conforme Artigo 117 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.
12.3. O representante do Contratante deverá ter a qualificação necessária para o acompanhamento e controle da execução dos serviços e do Contrato, sendo este representante responsável por verificar a prestação do serviço de acordo com os criterios estabelecidos no Estudo Técnico Preliminar.

12.4. A fiscalização de que trata esta Cláusula não exclui nem reduz a responsabilidade do Contratado, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior e, na ocorrência desta, não implica em corresponsabilidade do Contratante ou de seus agentes e prepostos.

12.5. O gestor do Contrato anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução do Contrato, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos empregados eventualmente envolvidos, determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DAS ALTERAÇÕES

13.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina do Artigo 125 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.

13.2. No interesse do Contratante, o valor do Contrato poderá ser aumentado ou suprimido até o limite de 25% (vinte e cinco por cento), conforme disposto no Artigo 125 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.

13.3. O Contratado ficará obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite ora previsto, calculado sobre o Valor Contratado.

13.4. Nenhum acréscimo ou supressão poderá exceder o limite estabelecido nesta condição, salvo as supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA PUBLICAÇÃO

14.1. O presente Contrato será publicado na forma do Artigo 54 da Lei Federal Nº 14.133 de 2021.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

15.1. A presente Contratação rege-se pela Lei Federal Nº 12.232 de 2010, de forma complementar, pela Lei Federal Nº n° 14.133 de 2021, Lei Complementar N° 123 de 2006, Lei Federal Nº 4.680/65, Decreto N° 57.690/66, Decreto N° 4.563 de 2002, Normas-Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, os preceitos do Direito Público e, supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e as Disposições do Direito Privado.

15.2. As ações do Contratado se guiarão pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que estejam de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.3. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste Contrato e a ele se integram em todas as Cláusulas, Termos e condições aqui não expressamente alterados, o Edital da Concorrência Nº /2025 e seus Anexos, bem como as Propostas Técnicas e de Preços.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DAS CONSIDERAÇÕES FINAIS:

16.1. A Inadimplência do Contratado, com referência a encargos sociais, comerciais e fiscais, não transfere a responsabilidade por seu pagamento ao Contratante, razão pela qual o Contratado renuncia expressamente a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, com o Contratante.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA- DO FORO

17.1. As partes se obrigam, por si e seus sucessores, ao fiel cumprimento de todas as Cláusulas e condições do presente Contrato e elegem para seu domicílio contratual o Foro da Justiça Estadual da Comarca de Serra Branca, Estado da Paraíba, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, no que se refere a qualquer ação ou medida judicial originária ou referente a este Instrumento Contratual.

E por estarem acordados em todas as condições e **CLÁUSULAS** deste Contato, assinam o presente instrumento, em 2 (duas) vias impressas, de igual teor, para um só efeito legal, na presença de duas testemunhas que assistiram a tudo e também assinam.

Serra Branca,

CONTRATANTE CONTRATADO

TESTEMUNHAS:

ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SERRA BRANCA
Diário Oficial Eletrônico — Mural Eletrônico

COMPROVANTE DE PUBLICAÇÃO

Código da matéria	**20250715090111**
Título	EDITAL CONCORRÊNCIA Nº 00002/2025 - PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, CONFORME A LEI FEDERAL Nº 12.232 DE 2010, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRALMENTE, QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIAÇÃO, A EXECUÇÃO EXTERNA, A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE DE CARÁTER INSTITUCIONAL DE COMPETÊNCIA DO MUNICÍPIO.
Tipo da matéria	EDITAL DE LICITAÇÃO
Setor	SETOR DE LICITAÇÃO
Data/hora publicação	15/07/2025 09:04
Data/hora autorização	15/07/2025 09:04
Data de circulação	15/07/2025
Diário Oficial	Edição nº 00132-A, data 15/07/2025, tipo EXTRAORDINÁRIA
Publicada e autorizada por	DELPHUS RIBEIRO PINTO
Assinatura digital no documento	Não — documento sem assinatura digital ICP-Brasil embutida no arquivo original

Conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001, que institui a infraestrutura de chaves Públicas (ICP-Brasil). Matéria publicada no Diário Oficial do Município de Serra Branca/PB no dia 15/07/2025 — Edição 00132-A. A autenticidade desta publicação pode ser verificada em: https://getpublic.inf.br/system/autenticar-materia?materia=20250715090111&link=PMSB. Este comprovante consolida os dados oficiais de publicação para fins de instrução de processos licitatórios, defesas administrativas e demais procedimentos que exijam prova de publicidade oficial.

Documento informativo emitido eletronicamente pelo sistema GetPublic. Não constitui nova assinatura digital ICP-Brasil sobre o conteúdo original.

Data de emissão deste comprovante: 23/06/2026 12:07

ESTADO DA PARAÍBA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SERRA BRANCA

Diário Oficial Eletrônico — Mural Eletrônico

EXTRATO DE PUBLICAÇÃO

Certificamos que a matéria de código **20250715090111**, intitulada **EDITAL CONCORRÊNCIA Nº 00002/2025 - PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, CONFORME A LEI FEDERAL Nº 12.232 DE 2010, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRALMENTE, QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIAÇÃO, A EXECUÇÃO EXTERNA, A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE DE CARÁTER INSTITUCIONAL DE COMPETÊNCIA DO MUNICÍPIO.**, foi publicada no Mural Eletrônico e Diário Oficial do Município de Serra Branca/PB.

Publicação: 15/07/2025 09:04 | **Autorização:** 15/07/2025 09:04 | **Circulação:** 15/07/2025 | **Diário Oficial:** Edição nº 00132-A, 15/07/2025 (EXTRAORDINÁRIA)

Setor: SETOR DE LICITAÇÃO

Publicada e autorizada por **DELPHUS RIBEIRO PINTO**.

> **RESUMO DO OBJETO**
> A Prefeitura Municipal de Serra Branca, Estado da Paraíba, torna pública a realização da Concorrência nº 00002/2025, com critério de julgamento Técnica e Preço, regulada pela Lei Federal nº 12.232 de 2010 e subsidiariamente pelas Leis nº 4.680/65 e nº 14.133 de 2021, cujo objeto é a prestação de serviços de propaganda e publicidade institucional, incluindo atividades de estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna e externa, intermediação e distribuição de publicidade de caráter institucional, bem como serviços complementares de planejamento e execução de pesquisas, criação de formas inovadoras de comunicação publicitária e produção técnica de peças, vedadas atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessoria de comunicação e imprensa e realização de eventos festivos. A sessão pública de abertura ocorrerá em 29 de agosto de 2025, às 09h (horário de Brasília). O valor estimado para a contratação é de R$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), com recursos oriundos de dotações orçamentárias próprias, e o prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, prorrogável nos termos do artigo 107 da Lei nº 14.133/2021, podendo haver acréscimos ou supressões de até 25% conforme o artigo 125 da mesma lei.

Declara-se, para os devidos fins, que a matéria acima identificada foi publicada em observância às normas de publicidade oficial e de acesso à informação pública, integrando o Diário Oficial Eletrônico municipal. A autenticidade pode ser verificada em: https://getpublic.inf.br/system/autenticar-materia?materia=20250715090111&link=PMSB. Extrato emitido eletronicamente para instrução de defesas administrativas, processos licitatórios e demais procedimentos que exijam comprovação sintética de publicação.

Data de emissão deste extrato: 23/06/2026 12:07