

**SECRETARIA MUNICIPAL DE
GESTÃO ADMINISTRATIVA
SMGA**



**Coordenadoria de Licitações
Comissão Permanente de Licitação – CPL 02
CONCORRÊNCIA DE PUBLICIDADE nº 015/2025**

EDITAL CORRIGIDO CONCORRÊNCIA DE PUBLICIDADE Nº 015/2025

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
SUMÁRIO

Página

Edital.....	02
Termo de Referência (Anexo I)	44
Briefing (Anexo II)	117
Declaração de Empregador (Anexo III)	128
Declaração de Inexistência (Anexo IV)	129
Declaração de Microempresa (Anexo V)	130
Elaboração Independente de Proposta (Anexo VI)	131
Quadro de Avaliação e Pontuação (Anexo VII)	133
Modelo de Proposta de Preços (Anexo VIII)	146
Minuta de Carta De Fiança (Anexo IX)	143
Minuta de Contrato (Anexo X)	147
Tabela de Preços Federação Nacional das Agências de Publicidade e de Propaganda – FENAPRO (Anexo XI)	183

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

EDITAL DE LICITAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

A Prefeitura Municipal de Rio Branco, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação – CPL02, e seu Pregoeiro designado pelo Decreto nº 667 de 13 de fevereiro de 2025, publicado no Diário Oficial do Estado nº 13.964 de 14 de fevereiro de 2025 c/c Decreto nº 1.623, de 15 de abril de 2025, publicado no Diário Oficial do Estado nº 14.004 de 16 de abril de 2025, torna público que fará realizar no local, data e hora abaixo citados, a licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, tipo **TÉCNICA E PREÇO**, de acordo com o que recomenda o art. 18 da Lei 14.133/2021, para contratação de serviços de publicidade, podendo o presente Edital ser retirado na Coordenadoria de Licitações da Prefeitura Municipal de Rio Branco, situada Rua Alvorada, nº 281, Cobertura – Bairro: Bosque, CEP: 69900-664, Rio Branco – Acre, no período de **18/09/2025 à 06/11/2025**, no local acima indicado. A presente licitação será regida, nos termos da Lei nº 14.133 de 01 de abril de 2021, Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010; Lei n.º 4.680, de 18 de junho de 1965, Decreto Municipal nº 400 de 22 de março de 2023, e demais alterações posteriores e disposições deste Edital.

As Propostas Técnica, de Preços e documentação serão recebidas e abertas às 08h30 min (oito horas e trinta minutos) do dia 07 de novembro de 2025 ou, se não houver expediente nessa data, no primeiro dia útil subsequente, no seguinte endereço: Rua Alvorada, nº 281, Cobertura – Bairro: Bosque, CEP: 69900-664, Rio Branco – Acre - E-mail: cpl02@riobranco.ac.gov.br ou cpl02.pmr@gmail.com, Telefone: (068**) 3211-2220/3211-2218.

1. OBJETO

1.1. Constitui-se objeto da presente concorrência a Contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto ao público de interesse nos veículos de comunicação, redes sociais e demais meios de divulgação, operando nos termos da Lei nº 4.680, de 18.06.65, e do Decreto nº 57.690, de 01.02.66, do tipo modalidade: **CONCORRÊNCIA PRESENCIAL** por **TÉCNICA E PREÇO**, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto ao público de interesse, por intermédio da **SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL - SMCC** para atender as necessidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo **Municipal**.

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

- a) Ao Planejamento e à execução de pesquisa e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas relativos à execução deste contrato;
- b) A criação, e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

inclusive sites, portais, blogs, redes sociais e demais meios de comunicação via internet visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

c) A produção e a execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

1.2.1 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘a’ do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura de Rio Branco, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e divulgação nos quais serão difundidas as mensagens;

- 1.2. Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada à inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.
- 1.3. Os serviços de que se trata a presente licitação terão caráter legal, educativo, informativo, de orientação e mobilização social e serão voltados fundamentalmente para o fortalecimento da cultura e da cidadania, constando de: publicidade institucional; publicações legais e comunicação relevante; informações, e, serviços à comunidade e projetos especiais de comunicação. A política de comunicação social do município tem como princípios a informação, a transparência dos procedimentos governamentais, a racionalidade na aplicação dos recursos e a avaliação sistemática dos resultados;
- 1.4. O valor global anual estimado da prestação dos serviços é de **R\$ 10.000.000,00 (Dez milhões de reais)**, encontrado mediante realização da pesquisa de preços.
- 1.5. A agência **NÃO** poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços **previstos no item 1.1, nos termos do art.122 da Lei n.º 14.133/21.**
- 1.6. Ao participar desta concorrência, o participante concorda e autoriza, tacitamente, a utilização de sua imagem e/ou voz, bem como lhe cede todo e qualquer direito autoral, nas sessões concorrência presencial, e em sua divulgação, se houver, em todos os meios de divulgação possíveis, quer sejam na mídia impressa (livros, catálogos, revistas, jornais, entre outros), televisiva (propagandas para televisão aberta e/ou fechada, vídeos, filmes, entre outros), radiofônica (programas de rádio/podcasts), internet, banco de dados informatizados, multimídia, entre outros, e nos meios de comunicação interna, como jornais e periódicos em geral, na forma de impresso, voz e imagem, conforme nos termos do Art. 65 parágrafo único do Decreto Municipal 400/2023 e da Lei 13.709 de 14 de agosto de 20018.
- 1.7. Comissão Permanente de Licitação 02 CPL 02 está convidando você para uma reunião Zoom agendada.

Tópico: Concorrência 015/2025 - Publicidade e Propaganda

Horário: 7 nov. 2025 10:30 da manhã Brasília – 08:30 da manhã Acre

Ingressar na reunião Zoom

<https://zoom.us/j/4551321349?pwd=NHQ5VFdaQ09lbG5TOG0vbDZ0RFdlUT09&omn=91200478546>

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

ID da reunião: 455 132 1349

Senha: 494603

- 1.8. Nossos canais de atendimento, inclusive para resolver problemas relacionados à videoconferência:
cpl02@riobranco.ac.gov.br / cpl02.pmr@gmail.com / (68) 3212-7397.

1.9. MATRIZ DE RISCO

ANALISE DE RISCO	
Fase da Análise	
(x) Planejamento da contratação () Gestão do Contrato	
Objeto da Contratação	
Contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto ao público de interesse nos veículos de comunicação, redes sociais e demais meios de divulgação para atender as necessidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal.	
RISCO 1	
Descrição do risco:	Critérios de Avaliação Subjetivos: A seleção baseada em "TÉCNICA E PREÇO" pode ser interpretada de maneira subjetiva, levando a questionamentos sobre a imparcialidade na avaliação dos concorrentes.
Probabilidade de ocorrência do risco:	() Baixa () Média (x) Alta
Impacto da eventual ocorrência do risco:	() Baixa () Média (x) Alta
Ações preventivas que podem ser adotadas:	A comissão pode estabelecer estabelecer critérios internos e deixá- los pré-definidos no processo, a fim de que os interessados já enviem material de acordo com os padrões exigidos;
Responsável pela adoção das ações preventivas:	O contratante, a comissão interna e os demais responsáveis pela abertura do processo;
Ações de contingência que devem ser adotadas quando concretizado o risco:	Se concretizado o risco, o contratante, a comissão interna e os demais responsáveis pela abertura do processo devem adotar as medidas necessárias para apurar as circunstâncias do ocorrido e corrigir a falha no processo;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

RISCO 2	
Descrição do risco:	Imparcialidade na Avaliação: Existe o risco de que os avaliadores possam ter preferências pessoais ou profissionais que influenciem na escolha da agência, comprometendo a transparência do processo.
Probabilidade de ocorrência do risco:	() Baixa () Média (x) Alta
Impacto da eventual ocorrência do risco:	() Baixa (x) Média () Alta
Ações preventivas que podem ser adotadas:	Impedir que profissionais com grau de parentesco ou amizade com proprietários ou gerentes das empresas participantes façam parte da comissão interna de avaliação das propostas;

Responsável pela adoção das ações preventivas:	O contratante, a comissão interna e os demais responsáveis pela abertura do processo;
Ações de contingência que devem ser adotadas quando concretizado o risco:	Se concretizado o risco, o contratante, a comissão interna e os demais responsáveis pela abertura do processo devem adotar as medidas necessárias para apurar as circunstâncias do ocorrido e corrigir a falha no processo;
RISCO 3	
Descrição do risco:	Complexidade na Documentação: Os requisitos técnicos e administrativos podem ser complexos e exigir uma documentação extensa, o que pode desencorajar a participação de algumas empresas competentes, mas de menor porte.;
Probabilidade de ocorrência do risco:	() Baixa (x) Média () Alta
Impacto da eventual ocorrência do risco:	() Baixa (x) Média () Alta
Ações preventivas que podem ser adotadas:	Iniciar o processo cumprindo os requisitos previstos em lei para a realização de um processo licitatório na referida modalidade, mas se atentando para a simplificação de procedimentos, desburocratizando o processo em grande parte ;
Responsável pela adoção das ações preventivas:	O contratante, a comissão interna e os demais responsáveis pela abertura do processo;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

Ações de contingência que devem ser adotadas quando concretizado o risco:	Revisão dos critérios estabelecidos para que se mantenha a qualidade das propostas apresentadas e que se cumpram os requisitos legais, observando a inexigibilidade no cumprimento de critérios repetitivos e dispensáveis;
RISCO 4	
Descrição do risco:	Desconhecimento do Mercado: A falta de conhecimento profundo do mercado de publicidade e mídia por parte dos responsáveis pela seleção pode levar a uma análise deficiente das propostas recebidas;
Probabilidade de ocorrência do risco:	() Baixa () Média (x) Alta
Impacto da eventual ocorrência do risco:	() Baixa () Média (x) Alta
Ações preventivas que podem ser adotadas:	O órgão contratante e a Secretaria de Licitações deve se atentar quanto a escolha dos integrantes da comissão de avaliação das propostas, opinando por nomes de profissionais com notório saber e conduta ilibada.
Responsável pela adoção das ações preventivas:	O órgão contratante e a Secretaria de Licitações;
Ações de contingência que devem ser adotadas quando concretizado o risco:	O órgão contratante e a Secretaria de Licitações devem providenciar a nomeação de novos membros para compor essa comissão interna de avaliação das propostas;
RISCO 5	
Descrição do risco:	Custos de Preparação: As empresas concorrentes podem incorrer em custos significativos para preparar suas propostas técnicas, especialmente se houver exigência de apresentação de ideias criativas ou estratégias detalhadas.
Probabilidade de ocorrência do risco:	() Baixa () Média (x) Alta
Impacto da eventual ocorrência do risco:	() Baixa (x) Média () Alta
Ações preventivas que podem ser adotadas:	A comissão interna de avaliação deverá deixar bem claros os critérios que serão avaliados, evitando que produções sejam providenciadas sem necessidade. Tempo de duração da peça, tipo de conteúdo, público e assunto a ser abordado deve estar em evidência quando da realização da concorrência;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

Responsável pela adoção das ações preventivas:	A comissão interna de avaliação;
Ações de contingência que devem ser adotadas quando concretizado o risco:	Todos os trabalhos devem ser avaliados com base nos critérios estabelecidos, independente de valores de investimento. As ideias e os motivos devem estar em foco, para constatar se a ideia principal é, de fato, cumprida pelo produto apresentado;

2. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderão participar desta licitação a licitante que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

2.2. Não poderão participar desta licitação: as empresas licitantes interessadas que se encontrem sob processo de falência, concurso de credores, dissolução, liquidação ou em regime de consórcio; empresas estrangeiras que não funcionem no País, nem aquelas que tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública ou empresa suspensa de contratar com Órgãos e Entidades da Administração Direta ou Indireta e dos demais poderes da União, Estados, Municípios ou Distrito Federal enquanto perdurarem os motivos da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

2.2.1. Nenhuma licitante poderá participar desta licitação com mais de uma Proposta.

2.3. A participação na presente licitação implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação – CPL o **invólucro nº 1**, conforme previsto no item 3.1.2.1, e as informações necessárias ao cumprimento desta licitação; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

2.4. Será vedada a participação de interessados das quais participem, seja a que título for, servidor público municipal de Rio Branco.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

2.5. Os documentos exigidos quando não contiverem prazo de validade expressamente determinado, não poderão ter suas datas de expedição superiores a 60 (sessenta) dias, anteriores a data de abertura da presente licitação.

2.6. A licitante assume todos os custos de preparação e apresentação dos Documentos de Habilitação e Propostas exigidos nesta licitação, ressalvado que a **SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC** não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

2.7. Não poderá participar da presente licitação pessoa jurídica que:

a) Constar no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, constante no portal da internet www.portaltransparencia.gov.br/ceis.

b) Constar no Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, constante no portal da internet www.portaltransparencia.gov.br/cnep.

c) Constar no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF como impedidas ou suspensas, constante no portal da internet <https://www3.comprasnet.gov.br/sicaf-web/public/pages/consultas/consultarRestricaoContratarAdministracaoPublicas.jsf>

d) Constar no Cadastro Nacional de Condenações Civis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade, supervisionado pelo Conselho Nacional de Justiça, constante no portal da internet https://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php

e) Constar no Cadastro de Empresas Inidôneas do Tribunal de Contas da União. <https://contas.tcu.gov.br/ords/f?p=INABILITADO:INIDONEOS>

3. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E DAS PROPOSTAS

3.1. DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

3.1.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação – CPL/PMRB, na data e hora marcada na sala de reunião, localizada na Rua Alvorada, nº 281, Cobertura – Bairro: Bosque, CEP: 69.900-664, Rio Branco – Acre, acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

3.1.2. Será permitida a inclusão de novo documento comprobatório de condição já atendida pelo participante, no momento da apresentação dos documentos ou da proposta, conforme o caso, que não tenha sido juntado oportunamente com os demais documentos de habilitação e/ou com a proposta, por equívoco ou falha.

3.1.3. Será admitido ao participante que tenha apresentado pendências na regularidade fiscal, a apresentação de documento novo, a fim de comprovar a regularidade, observado o disposto no inciso III, do art. 63, da Lei nº 14.133/2021.

3.1.4. O saneamento ocorrerá, preferencialmente, na própria sessão.

3.1.5. Não sendo possível o saneamento na própria sessão, será concedido prazo de 24 (vinte e quatro) horas para que o participante apresente o documento necessário ao saneamento, cabendo ao Pregoeiro

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

deliberar com fundamento na legislação pertinente e nos princípios correlatos, admitindo o envio pelo e-mail cpl02@riobranco.ac.gov.br ou cpl02.pmrbr@gmail.com

- 3.1.6. Para o saneamento da proposta e da documentação será admitida a correção de todos os erros que sejam possíveis de serem corrigidos, tais como marca, modelo, tipo, fabricante, procedência, prazos, catálogos, declarações, documentação vencida, irregular ou faltante, atestados, ou quaisquer outras informações, dados ou documentos
- 3.1.7. Não poderá ser admitido o saneamento que aumente o valor total da proposta, sendo aceita a alteração dos preços unitários, desde que mantido o valor global.
- 3.1.8. Caso, após o saneamento, seja identificado novo problema, deverá ser concedida nova oportunidade de sanear o vício, seguindo as mesmas regras deste capítulo.
- 3.1.9. Será inabilitado o participante que, depois da oportunidade de saneamento, não comprovar sua habilitação, seja por não apresentar quaisquer dos documentos exigidos, ou por apresentá-los vencidos ou em desacordo com o estabelecido no Edital.

Invólucro nº 1

- 3.1.9.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 3.2.2 e 3.2.3.
- 3.1.9.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela CPL/PMRB/SMCC;
- 3.1.9.1.1.1. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela agência junto ao Setor de Licitações da Comissão Permanente de Licitação – CPL, em conformidade com o aviso de licitação publicado no D.O.E;
- 3.1.9.1.1.2. O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.
- 3.1.9.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar **sem fechamento e sem rubrica**.
- 3.1.9.1.3. Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:
- a) ter nenhuma identificação;
 - b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
 - c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Invólucro nº 2

- 3.1.9.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Conjunto de Informações, do Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 9.4.
- 3.1.9.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2 Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº ...

- 3.1.9.2.2. O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

Invólucro nº 3

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

- 3.1.9.3. No Invólucro nº 3 deverá estar acondicionado a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 3.2.5 a 3.2.10;
- 3.1.9.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência no ...

- 3.1.9.3.2. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 3.1.9.3.3. O Invólucro 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 Invólucro nº 2.

3.2. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

- 3.2.1. A Comissão Permanente de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no Invólucro nº 1 fornecido obrigatoriamente pela Comissão Permanente de Licitação, a pedido da licitante interessada na presente licitação. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

Quesitos	
1. Plano de Comunicação Publicitária	
Subquesito	1. Raciocínio Básico
Subquesito	2. Estratégia de Comunicação Publicitária
Subquesito	3. Ideia Criativa
Subquesito	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
Subquesito	1. Clientes
Subquesito	2. Profissionais
Subquesito	3. Infraestrutura
Subquesito	4. Sistemática de Atendimento
Subquesito	5. Informações de Marketing
3. Repertório	

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

3.2.1.1. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras e ser elaborado da seguinte forma (de modo a não identificar o licitante):

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

3.2.2. 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, 90 gr/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 8.2.2 deste anexo;
- d) espaçamento de 2,5 cm da margem superior e 2,5 cm da margem inferior, 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, 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 preta, tamanho ‘12 pontos’, observado o disposto nos subitens 3.2.2.1, 3.2.2.2 e 3.2.2.3 ambos deste anexo;
- i) numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, na parte inferior direita;
- j) sem identificação da licitante.

3.2.2.1. As especificações do subitem 3.2.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea ‘b’ do subitem 3.2.3.3 e à indicação prevista no subitem 3.2.3.3.5.

3.2.2.2. Os subquestos 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) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte ‘arial’, cor preta, tamanho ‘10 pontos’
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 3.2.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4;
 - c2) impressas na orientação paisagem.

3.2.2.3. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I - ser editados em cores;
- II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

3.2.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

3.2.2.4. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 3.2.2.

3.2.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

para o disposto nas alíneas ‘c’ do subitem 3.1.1.1.3.

- 3.2.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.
- 3.2.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 3.2.3.3 estão limitados, no conjunto, a 8 páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos;
- 3.2.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas, mas cabe aos licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea ‘c’ do subitem 3.1.1.1.3 e no subitem 3.2.2.4.1;
- 3.2.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária;
- 3.2.2.9. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.
- 3.2.9.1. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 3.2.2, no que couber.
- 3.2.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:
- 3.2.3.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da CONTRATANTE para alcançar os objetivos ou solucionar o problema específico de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os objetivos ou o problema específico de comunicação a ser enfrentado;
- 3.2.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios, ou o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os objetivos específicos, de comunicação 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;
- b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.
- 3.2.3.3. Ideia Criativa: apresentação pela 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 no subitem 3.2.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação e alcançar os objetivos específicos de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.
- 3.2.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea ‘a’ do subitem 3.2.3.3 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.
- 3.2.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado ‘fisicamente’, conforme estabelecido na alínea ‘b’ do subitem 3.2.3.3 e na alínea ‘a’ do subitem 3.2.3.3.3, a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 9.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

- 3.2.3.3.3. Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea ‘b’ do subitem 3.2.3.3:
- a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;
 - b) podem ser apresentados sob a forma de:
 - b1) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
 - b2) protótipo ou ‘monstro’, para peças destinadas a rádio e internet;
 - b3) *storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema.
 - c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.
- 3.2.3.3.3.1. Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.
- 3.2.3.3.3.2. Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou ‘monstros’ poderão ser apresentados em pen drive ou cartão de memória, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.
- 3.2.3.3.3.3. Os protótipos ou ‘monstros’ de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov;
- 3.2.3.3.3.4. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo para sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passé-partout*, observado o disposto no subitem 3.1.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro no 1 podem ser dobradas;
- 3.2.3.3.3.5. Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta, exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, ‘monstro’ internet destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 3.2.3.3.
- 3.2.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas ‘fisicamente’, até o limite de que trata a alínea ‘a’ do subitem 3.2.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:
- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
 - b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
 - c) 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), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
 - d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
 - e) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
 - f) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
 - g) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.
- 3.2.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea ‘g’ do subitem 3.2.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.
- 3.2.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:
- a) apresentação em que a 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 I), sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinado a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

- 3.2.3.4.1. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 3.2.3.3 deverão constar dessa simulação;
- 3.2.3.4.2. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:
- a) o período de distribuição das peças e ou material;
 - b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
 - c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
 - d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
 - e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
 - f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
 - g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.
- 3.2.3.4.3. Nessa simulação:
- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
 - b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
 - c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- 3.2.3.4.3.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea ‘a’ do subitem 3.2.3.4.3 devem ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

- 3.2.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:
- I - ter a identificação da licitante;
 - II - ser datado;
 - III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento

- 3.2.5. A 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 da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 3.2.5.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 3.2.5 poderá ser editada em

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

- papel A3 dobrado;
- 3.2.5.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 3.2.5 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 Invólucro no 2.
- 3.2.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará sem limitação do número de páginas:
- relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
 - a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, produção gráfica, mídia e atendimento, que atenda no mínimo as exigências abaixo:
 - as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
 - a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
 - a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Anunciante sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

- 3.2.7. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 3.2.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 3.1.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado;
- 3.2.7.2. 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 Invólucro nº 2;
- 3.2.7.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.
- 3.2.8. O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.
- 3.2.8.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
- As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 2015;
 - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em mídia CD, DVD, pen drive ou cartão de memória, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 3.2.7 ou ser apresentadas soltas;
 - As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 3.2.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.
- Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não;
 - Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 3.2.8.1, sua

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 3.5.3.1.

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

3.2.8.3. As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela SMCC.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

3.2.9. A 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 da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.2.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 3.1.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 3.2.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4;

3.2.9.2. 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 Invólucro nº 2.

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

I - será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II - deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pela CONTRATANTE;

IV - deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

3.2.10.1. A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo;

3.2.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 3.1.10 devem ter sido implementadas a partir de 2015;

3.2.10.3. É permitida a inclusão de até 05 peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD, DVD, pen drive ou cartão de memória, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 3.2.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 3.2.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

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

3.2.10.3.1. Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

3.2.10.4. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no subitem 3.5.3.1.

3.3. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

3.3.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação – CPL/PMRB, na sala de reunião, localizada na Rua Alvorada, nº 281, Cobertura – Bairro: Bosque, CEP: 69900-664 acondicionada no Invólucro nº 4.

Invólucro nº 4

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

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

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

3.4. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

3.4.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

I - apresentada:

- a) em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente e redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, sem emendas ou rasuras;
- b) datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

II - elaborada observando as informações constantes, conforme Modelo de Proposta de Preços, (ANEXO II), deste Projeto Básico.

3.4.2. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, **no mínimo, 90 (noventa) dias corridos**, contados de sua apresentação.

3.4.3. Os percentuais referentes a reutilização de peças (direitos autorais) a que se referem os incisos I e II do subitem 2.1 do Modelo de Proposta de Preços, Anexo II, deste Projeto Básico, não poderão ser superiores a 70% (setenta por cento);

3.4.4. A tabela referencial de preços para a formação da proposta de preços deverá ser a do ANEXO XI deste projeto básico disponibilizada pela FENAPRO, exclusiva para o Estado de Acre, não sendo aceita proposta com referências às tabelas de outros estados.

3.5. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

3.5.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Projeto Básico e em seus anexos, onde atribuirá notas com embasamentos técnicos e comentários claros sobre cada nota atribuída, levando em consideração as informações contidas no Brienfing Anexo I deste Projeto Básico;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

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

3.5.2.1. Quesito 1. Plano de Comunicação Publicitária

3.5.2.1.1. Subquesito 1

1. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel da SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC nos contextos social, cultural, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC com seus públicos;
- c) das características da SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) dos desafios e do problema específico de comunicação a ser enfrentado pela SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC;
- f) das necessidades de comunicação da SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC para enfrentar esses desafios e problemas.

3.5.2.1.2. Subquesito 2. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC e a seus desafios e problema específico de comunicação;
- 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 SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios e do problema específico de comunicação da SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC, seus desafios e do problema específico de comunicação, seus públicos, os objetivos específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

3.5.2.1.3. Subquesito 3. Ideia Criativa

- a) sua adequação aos desafios e ao problema específico de comunicação da SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela 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 simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC e à sua inserção nos contextos social, cultural, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

de peças e ou material apresentados;

i) a exequibilidade das peças e ou do material;

j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

3.5.2.1.4. Subquesto 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC;

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;

f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

3.5.2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

a. Subquesto 1 – Clientes: o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

b. Subquesto 2 – Profissionais: a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da PMRB/SMCC;

c. Subquesto 3 – Infraestrutura: a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da PMRB/SMCC na execução do contrato;

d. Subquesto 4 – Sistemática de Atendimento: a funcionalidade do relacionamento operacional entre a PMRB/SMCC e a licitante;

e. Subquesto 5 – Informações de Marketing: a relevância e utilidade das informações de *marketing* e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da PMRB/SMCC.

3.5.2.3. Quesito 3. Repertório

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

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

c) a clareza da exposição das informações prestadas;

3.5.2.4. Quesito 4. Relatos de soluções de problemas de comunicação

a) a evidência de planejamento publicitário;

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

c) a relevância dos resultados apresentados;

d) a concatenação lógica da exposição.

3.5.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

Quesitos	Pontuação máxima
1. Plano de Comunicação Publicitária	65
Subquesto 1. Raciocínio Básico	5

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

Subquesto	2. Estratégia de Comunicação Publicitária	20
Subquesto	3. Ideia Criativa	25
Subquesto	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
2. Capacidade de Atendimento		25
Subquesto	1. Clientes	04
Subquesto	2. Profissionais	08
Subquesto	3. Infraestrutura	09
Subquesto	4. Sistemática de Atendimento	02
Subquesto	5. Informações de Marketing	02
3. Repertório		05
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		05
Pontuação total		100

3.5.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

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

3.5.3.2.2. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesto, 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 ou subquesto reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

3.5.3.3. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

3.5.3.4. Serão classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as duas licitantes que obtiverem a maior pontuação, observado o disposto nas alíneas ‘b’ e ‘c’ do subitem

3.5.4. Será desclassificada a Proposta que:

a) não atender às exigências do presente Projeto Básico e de seus anexos;

b) não alcançar, no total, 80 pontos;

c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquestos a que se referem os subitens 3.5.2.1.1 a 3.5.2.1.4 e 3.5.2.2 a 3.5.2.4.

3.5.5. Em caso de empate serão consideradas como classificadas as duas licitantes que tiverem obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 3.5.2.1, 3.5.2.2, 3.5.2.3 e 3.5.2.4.

3.5.6. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, obrigatoriamente, será feito sorteio para a escolha das duas vencedoras, em ato público, na presença das Licitantes empatadas, para o qual todas as Licitantes serão convocadas.

3.6. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

3.6.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Projeto Básico e em seus anexos;

3.6.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;

3.6.3. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo II:

a) percentual de desconto de **15,375% (quinze vírgula trezentos e setenta e cinco por cento)**, a ser concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na Tabela Referencial de Preços indicada pela Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO;

b) percentual de honorários de **9,625% (nove vírgula seiscentos e vinte e cinco por cento)** incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965

c) percentual de honorários de **9,250% (nove vírgula duzentos e cinquenta por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da 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, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

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 art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários de **19,750% (dezenove vírgula setecentos e cinquenta por cento)**, das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias cuja incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

3.7. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

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

3.7.4. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;

3.7.5. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação – CPL/PMRB considerará o preço por extenso;

3.7.6. Será desclassificada a licitante que apresentar percentuais superiores ou inferiores aos constantes no subitem 1.2.1;

3.7.7. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

nº Lei nº 14.133/2021, para o tipo TÉCNICA E PREÇO.

3.8. DO PROCESSAMENTO DA LICITAÇÃO:

- 3.8.3.** Será promovida a abertura dos 02 (dois) invólucros (Invólucro nº 01 – Plano de Comunicação via não identificada e Invólucro nº 03 – Capacidade de Atendimento), pela Comissão Permanente de Licitações – CPL/PMRB;
- 3.8.4.** Encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento, sendo que a Subcomissão Técnica será constituída de acordo com a Lei 12.232/2010. Os procedimentos para a formação da subcomissão técnica serão feitos através de sorteio conduzidos pela comissão formada pela CONTRATANTE na sede da Comissão Permanente de Licitações – CPL/PMRB.
- 3.8.5.** Será elaborada pela Subcomissão Técnica, ata relativa ao julgamento do Plano de Comunicação Via Não Identificada e da Capacidade de Atendimento e, posteriormente será encaminhada a Comissão Permanente de Licitações – CPL/PMRB, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que se fundamentaram a decisão em cada caso.
- 3.8.6.** Recebida a ata de julgamento, em envelope lacrado, a Comissão Permanente de Licitações – CPL/PMRB convocará sessão pública, com antecedência mínima de 02 (dois) dias úteis, destinada à apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, com os seguintes procedimentos:
- 3.8.6.1.** Abertura do Invólucro Nº 02 com a Via Identificada do Conjunto de Informações, do Plano de Comunicação Publicitária;
- 3.8.6.2.** Fazer a comparação entre os invólucros nº 01 e nº 02 as Vias Identificadas com as Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- 3.8.6.3.** Verificação da Pontuação Total obtida pelos licitantes, considerados os dois Invólucros (Nº 01 e Nº 03), julgados pela Subcomissão Técnica, para efeito de obtenção da pontuação prevista no subitem 13.3 do Projeto Básico e desclassificação daqueles que não obtiveram a pontuação mínima exigida de 80% (oitenta por cento) conforme subitem 13.4 do Projeto Básico, do total dos pontos no conjunto da Proposta Técnica (Invólucros Nº 01 e Nº 03);
- 3.8.6.4.** Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica, obtendo-se a classificação dessa etapa;
- 3.8.6.5.** Proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;
- 3.8.6.6.** Publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme a Lei nº 14.133/2021;
- 3.8.6.7. Cabe recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, no prazo de 05 (cinco) dias úteis da publicação, com a indicação das licitantes desclassificadas e da ordem de classificação organizada pelos nomes das licitantes;**
- 3.8.6.7.1.** O recurso que cause alteração da classificação, enseja a republicação do resultado e reabre o prazo recursal;
- 3.8.6.7.2.** Admite-se novo recurso apenas se fundamentando em novas razões ou novos argumentos agregados ao resultado em razão do julgamento do recurso anterior.
- 3.8.6.8.** Não promovido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão convocará sessão pública, com antecedência mínima de 02 (dois) dias úteis, destinada à abertura do Invólucro Nº 04 com as Propostas Comerciais dos licitantes classificados na fase anterior;
- 3.8.6.9.** Todo processo licitatório será regido pelas normas do Edital e obedecendo as Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021.

4. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (Invólucro nº 5)

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

4.1. Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do Art. 6º, inciso I, c/c o art. 11, § 4º, inciso XI, da Lei 12.232 de 2010.

4.1.1. Habilitação Jurídica

- a) Registro comercial, no caso de empresa individual;
- b) 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;
- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercícios;
- d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no país, e ato de registro, ou autorização para funcionamento com aprovação do Poder Executivo, averbando-se no registro todas as alterações por que passar o ato constitutivo;

4.1.2. Regularidade Fiscal

- a) Comprovante de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda (CNPJ-MF);
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta licitação;
- c) Certidão Negativa, ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa, de débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, comprovando a regularidade com a **Fazenda Federal e a mesma abrange inclusive as contribuições sociais** previstas nas alíneas “a” e “d” no parágrafo único do art. 11 da Lei 8.212, de 24 de julho de 1991;
- d) Certidão Negativa, ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa, emitida pelo Estado relativo ao domicílio ou sede do Licitante, relativa a tributos estaduais, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual, comprovando a regularidade para com a Fazenda Estadual;
- e) Certidão Negativa de Débito – CND, ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa, emitida pelo Município relativo ao domicílio ou sede do Licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual, comprovando a regularidade para com a Fazenda Municipal;
- f) Certificado de Regularidade de Situação do FGTS – CRS, emitido pela Caixa Econômica Federal – CEF, comprovando a regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço;
- g) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943. (Incluído pela Lei nº 12.440, de 2012).

4.1.3. Qualificação Técnica

- a) **Atestado de capacidade técnica**, expedido por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que comprovem ter o licitante fornecido ou estar fornecendo **satisfatoriamente** os materiais ou serviços pertinentes e compatíveis com o objeto desta licitação. O(s) documento(s) deverá(ão) conter o nome, o endereço e o telefone de contato do(s) atestador(es), ou qualquer outro meio que permita ao órgão

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

promotor da licitação manter contato com a(s) empresa(s) atestante(s). Podendo ser exigido em diligência da proposta melhor classificada, que apresente cópia autenticada do contrato de fornecimento de materiais ou de prestação de serviço ou da(s) respectiva(s) nota(s) fiscal(is), que deram origem ao Atestado. Se o atestado for emitido por pessoa jurídica de direito privado, deverá constar o reconhecimento de firma passada em cartório do titular da empresa que firmou a declaração.

- b) Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas e Padrão – CENP;
- c) Apresentar 03 (três) DECLARAÇÕES, emitida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a Licitante prestou à(s) declarante (s) serviços compatíveis com os do objeto deste Projeto Básico, representados no mínimo pelas atividades descritas no subitem 1.1 do presente Projeto Básico;
- d) Registro da empresa na Associação Brasileira de Agências de Propaganda – ABAP ou no sindicato da Classe no Estado ou cidade da sede da empresa ou declaração da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, caso não exista sindicato de classe no Estado;

4.1.4. Qualificação Econômico-Financeira

- a) Certidão Negativa de Falência ou Recuperação Judicial/Extrajudicial ou Certidão Negativa de Ação Cível em que não conste ação de falência/recuperação judicial expedida pelo Distribuidor da Sede do licitante da sede da Pessoa Jurídica;
 - a1) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada um dos distribuidores.
 - b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da Lei Federal, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, devidamente registrado na Junta Comercial e/ou Sistema Público de Escrituração Digital – SPED.
 - b.1) O último exercício social, para os Balanço Registrados na Junta Comercial, obedecerá ao previsto no art. 1.078 do Código Civil (30 de abril do ano seguinte) e para o Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, obedecerá ao previsto na Instrução Normativa nº 2.003/2021 (até o último dia útil do mês de maio do ano seguinte).
 - b.2) a licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência;

4.1.4.1. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

- a) Do balanço referido na alínea “b” do item 6.1.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

$$\text{LC} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

4.1.4.2. Os índices de que tratam as alíneas a e b do item 4.1.4.1 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

4.1.4.3. Apresentar Capital Mínimo no valor de R\$ 1.000.000,00 (Um milhão de reais) correspondente a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, devendo a comprovação ser feita relativamente à data de apresentação da proposta, na forma da lei, admitida a atualização para esta data através de índices oficiais, conforme Art. 69, § 4º da Lei nº 14.133/21 e suas alterações.

4.2. Os Documentos de Habilitação deverão ter preferencialmente todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão em original ou por qualquer processo de cópia, devidamente autenticada por cartório competente, ou por servidor da Administração Pública Municipal (Coordenadoria de Licitações), ou publicação em órgão da Imprensa Oficial.

4.3. Se a licitante tiver filial, todos os Documentos de Habilitação deverão estar ou em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem é a licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

4.4. A apresentação Cadastro da Coordenadoria de Licitações do Município de Rio Branco, dentro do prazo de validade e compatível com o objeto desta licitação, substituirá os documentos que estejam dentro do prazo de validade, relacionados nos itens 4.1.1 e 4.1.2 do Edital, conforme Lei 14.133/2021.

4.5. Os licitantes deverão apresentar ainda:

4.5.1. A licitante deverá incluir no Invólucro no 5 declarações de EMPREGADOR PESSOA JURÍDICA (inciso VI do art. 14 da Lei nº 14.133/21, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos);

4.5.2. INEXISTÊNCIA DE FATOS SUPERVENIENTES e declaração de elaboração independente de proposta, elaboradas conforme os modelos dos anexos.

5. EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

5.1 A Comissão Permanente de Licitação – CPL examinará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

6. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

6.1. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão técnica, constituída por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a PMRB/SMCC.

6.2. A escolha dos membros da Subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a PMRB/SMCC.

6.3. A relação dos nomes referidos nos subitens 6.1 e 6.2 serão publicadas na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

6.4. Para os fins do cumprimento do disposto na Lei 12.232 de 2010, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os subitens 6.1 e 6.2, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

6.6. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

6.7. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto no art. 10 da Lei n.º 12.232/2010.

6.7.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 6.2.

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

6.8. A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º do artigo 10 da Lei 12.232 de 2010 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

6.9. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a PMRB/SMCC, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º do artigo 10 da Lei 12.232 de 2010.

7. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

7.1. Serão realizadas quatro reuniões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

7.1.1. Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação – CPL ou da Subcomissão Técnica, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes.

7.1.2. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no preâmbulo do edital.

7.1.2.1. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

7.1.2.2. A Comissão Permanente de Licitação – CPL e a Subcomissão, conforme o caso, poderão, no interesse da PMRB/SMCC, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta tomada de preços e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitação – CPL.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

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

7.1.2.4. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação – CPL ou a Subcomissão no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

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

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do credenciamento, juntamente com documento de identidade de fé pública;
- b) receber os **Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;**
- c) conferir se os **Invólucros nº 1** apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber todos os seus invólucros;
- d) abrir os Invólucros nº 1 e nº 3

7.2.1. Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros nº 1 e nº 3, conforme parágrafo 1º do artigo 11 da lei nº 12.232/2010.

7.2.2. Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitação – CPL se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante ou, ainda, se não estiverem danificados ou deformados, conforme disposto no subitem 3.1.2.7.1.

7.2.3. A Comissão Permanente de Licitação – CPL não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

7.2.4. O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

- a) abertura do **Invólucro nº 1**, com a via não identificada do plano de comunicação publicitária, e do Invólucro nº 3, com a capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação;
- b) encaminhamento do Invólucro com as vias não identificadas dos planos de comunicação publicitária à Subcomissão técnica;
- c) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão técnica, dos planos de comunicação publicitária, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação – CPL das propostas, da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) Encaminhamento dos invólucros com a capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação à Subcomissão técnica;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

- e) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão técnica, da capacidade de atendimento, do repertório e dos relatos de soluções de problemas de comunicação, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação – CPL das propostas, da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

7.3. A segunda sessão pública será para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) Abertura dos invólucros com a via identificada (invólucro n.º 2) do plano de comunicação publicitária;
- b) Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- a) Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- d) Proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

7.3.1. Será publicado o resultado do julgamento das Propostas Técnicas com a indicação dos proponentes desclassificados e dos classificados em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme a Lei nº 14.133/21;

7.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) **Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros de preços, conforme parágrafo 1º do artigo 11 da lei n.º 12.232/2010.**
- b) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- c) abrir o **Invólucro nº 4**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação – CPL e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las;
- e) identificar a proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) realizar com a licitante mais bem-classificadas na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 14.133/21, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- g) realizar procedimento idêntico, no caso de impasse na negociação anterior, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;

7.4.1. Fica ressalvado que serão objeto da negociação prevista nas alíneas “f” e “g” do item 7.4 apenas os preços sujeitos a valoração, integrantes da Planilha que constitui o Anexo III. Portanto, os percentuais de que tratam o Anexo X corresponderão aos percentuais estabelecidos na fase de julgamento das Propostas Técnicas, nas declarações a que se referem este Edital.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

7.4.2. Será publicado o resultado do julgamento da Proposta de Preço com a indicação dos desclassificados e classificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme a Lei nº 14.133/21;

7.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir o Invólucro nº 5, cujos documentos de habilitação serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação – CPL e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital quanto a habilitação e habilitar as empresas classificadas nas etapas anteriores;

7.5.1. Será publicado o resultado da habilitação com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme a Lei nº 14.133/21;

7.5.2. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação – CPL, antes da homologação do resultado desta licitação, elaborará e apresentará o relatório à Assessoria Municipal de Comunicação, para análise dos aspectos técnico-publicitários;

7.5.3. À vista do relatório da Comissão Permanente de Licitação – CPL, e após sua apreciação pela **SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO – SECOM**, a Prefeitura Municipal de Rio Branco homologará ou não o resultado e, assim, aprovará ou não a adjudicação do objeto desta licitação à vencedora.

7.5.4. Os invólucros das licitantes inabilitadas ou desclassificadas ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a PMRB providenciará sua destruição.

8. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

8.1. A critério da Comissão Permanente de Licitação – CPL, todas as decisões referentes a esta licitação poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado é obrigatória:

- a) nas reuniões de abertura de invólucros;
- b) no Diário Oficial do Estado;
- c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

9. IMPUGNAÇÕES E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

9.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até cinco dias úteis antes da data da abertura do invólucro com os Documentos de Habilitação, de segunda a sexta-feira, na Comissão Permanente de Licitação - CPL, no horário das 07:00 h às 14:00 h, no seguinte endereço: Rua Alvorada, nº 281, Cobertura – Bairro: Bosque, CEP: 69900-

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

664, Rio Branco – Acre - E-mail: cpl02@riobranco.ac.gov.br ou cpl02.pmr@gmail.com

9.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até dois dias úteis antes da data da abertura do invólucro com os Documentos de Habilitação, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço mencionado no item anterior.

9.2.1. Considera-se licitante para efeito do item anterior a empresa que tenha retirado o presente edital junto a PMRB.

9.2.2. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

9.3. Eventuais recursos referentes à presente licitação deverão ser interpostos no prazo máximo de cinco dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida a Prefeitura Municipal de Rio Branco, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação – CPL, no endereço: Rua Alvorada, nº 281, Cobertura – Bairro: Bosque, CEP: 69900-664, Rio Branco – Acre - E-mail: cpl02@riobranco.ac.gov.br ou cpl02.pmr@gmail.com

9.4. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de cinco dias úteis.

9.5. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação – CPL poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de cinco dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) a Assessoria Municipal de Comunicação, que decidirá em cinco dias úteis contados de seu recebimento.

9.6. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

9.7. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta licitação, em local e horário a ser indicados pela Comissão Permanente de Licitação – CPL.

9.8. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação – CPL - motivadamente e se houver interesse para a PMRB - atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

10. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

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

10.1.1. Honorários de % (..... por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, de que trata o item 8.6, incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA.

10.1.1.1. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

10.1.2. Honorários de % (..... por cento) incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA,

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

referentes a pesquisas de pré-teste e pós- teste vinculadas à concepção e criação de campanhas.

10.1.2.1. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

10.1.3. Desconto de(..... por cento) dos valores previstos na tabela de preços da FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA – FENAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA.

10.1.3.1. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

10.1.3.2. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no item 10.1.3.

10.2. A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

10.3. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade.

10.4. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

10.5. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

10.6. Além das formas de remuneração previstas nesta Cláusula, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65.

10.6.1. A PMRB não pagará honorários ou qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referente à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

10.7. A CONTRATADA prestou garantia, em favor do CONTRATANTE, na modalidade, no valor de R\$ (-----), correspondente a 5% (cinco por cento) do total da verba orçamentária prevista para a execução dos serviços objeto deste Contrato.

10.8. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de três dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

10.9. Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste Contrato, a garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA.

10.9.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice da Caderneta de Poupança.

10.10. Em caso de atualização do total estimado de despesas deste Contrato, a CONTRATANTE exigirá a

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

complementação do valor da garantia, para que se mantenha o percentual estabelecido.

10.11. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

11. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

11.1. A licitante vencedora terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados a partir da convocação, para apresentar a garantia prevista neste Edital e assinar o termo de contrato, nos moldes da minuta constante do Anexo IV.

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

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

11.3.1. O disposto no item anterior não se aplica às licitantes convocadas na forma do item 11.2.

11.4. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Termo terá prazo de vigência de 12 (doze) meses, a contar de sua assinatura, podendo ser prorrogável por até 10 anos (120 meses), desde que seja atestado que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes, na forma do artigo 107 da Lei nº 14.133, de 2021, desde que observados os itens, conforme a seguir: Art. 107. Os contratos de serviços e fornecimentos contínuos poderão ser prorrogados sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, desde que haja previsão em edital e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

11.5. A SMCC poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 14.133/2021 e no contrato a ser firmado entre as partes.

11.6. A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da SMCC, a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.

11.7. À contratada poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021 e no contrato a ser firmado entre as partes.

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

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

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

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

11.11. A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta licitação, que envolva o nome da SMCC, se houver expressa autorização deste.

11.12. É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente licitação para qualquer operação financeira sem prévia e expressa autorização da SMCC.

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

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

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

11.16. Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta licitação e, quando for o caso, a Proposta de Preços com ela negociada.

12. GARANTIA

12.1. Será exigida, para a assinatura do contrato, prestação de garantia em favor do SMCC, correspondente a 5 % (cinco por cento) do valor da contratação, conforme previsto na Lei nº 14.133/2021, à escolha da licitante vencedora.

12.2. A garantia, quando em dinheiro, deverá ser efetuada em caderneta de poupança em favor da SMCC.

12.3. Caso faça opção pela caução em títulos da dívida pública, a licitante deverá transferir a posse dos títulos para a Administração até o adimplemento da obrigação contratual ou satisfação de eventual sanção.

12.4. A garantia prestada deverá formalmente cobrir pagamentos não efetuados pela contratada referente à:

- a) prejuízos ou danos causados à SMCC;
- b) prejuízos ou danos causados a terceiros pela contratada que tenha conexão com a execução do contrato;
- c) toda e qualquer multa contratual;
- d) débitos da contratada para com os encargos fiscais, previdenciários e trabalhistas relacionados com a execução do contrato, tais como: INSS, FGTS, impostos, salários, verbas rescisórias etc.;
- e) quaisquer obrigações não cumpridas pela contratada em relação ao contrato previstas no ordenamento jurídico do País.
- f) A garantia prestada pelo licitante vencedor lhe será restituída ou liberada 60 (sessenta) dias corridos após o Término do Contrato.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

13. PRAZO DE EXECUÇÃO DE CONTRATO

13.1. O Contrato para execução dos serviços objeto deste edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

13.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, por até o limite de 10 (anos), conforme disposto no art. 107, da Lei nº 14.133/2021.

13.2. A prorrogação será instruída por avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pela CONTRATANTE, e pela aprovação, da **SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO**, do respectivo relatório de avaliação.

13.3. O contrato resultante da presente licitação poderá ser rescindido na incidência das hipóteses previstas na Lei nº 14.133/21, possibilitando-se à contratada o direito ao contraditório e à ampla defesa.

14. DO REAJUSTE

14.1. O valor contratado será reajustado e corrigido conforme atualização de valores de Custos Internos dos Serviços na Tabela Referencial de Preços indicada pela Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO aplicada a variação do IPCA no período.

15. DA FORMA DE PAGAMENTO

15.1. O pagamento será realizado até 30 dias após a apresentação de documento de cobrança pela Contratada, acompanhado de uma via da Nota Fiscal-Fatura ou de Fatura com a respectiva Nota Fiscal, e uma via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante de realização do respectivo serviço, da seguinte forma:

15.1.1. Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, da demonstração do valor devido ao veículo e ou exibidor, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo da empresa independente.

15.1.2 Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes;

15.1.3 Outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisa de pré-teste e pró-teste - vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados com o CONTRATANTE por ocasião da solicitada de cada serviço.

15.1.4 -Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de seus fornecedores.

15.1.5- No tocante à veiculação e ou exibição, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

15.1.5.1 Mídia impressa: exemplares originais dos títulos

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

15.1.5.2 Mídia eletrônica: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível, nos termos do art. 15 da Lei nº12.232/2010;

15.1.5.2.1 Quando não for possível a apresentação do relatório de checagem de veiculação, previsto no subitem precedente, a CONTRATADA deverá demonstrar a impossibilidade de fazê-lo, para que a CONTRATANTE pondere e decida;

15.1.5.2.2 Nos casos em que o CONTRATANTE decidir pela pertinência da demonstração de impossibilidade de apresentação do relatório, a CONTRATADA estará obrigada a apresentar declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, de que as informações são verdadeiras;

15.1.5.2.3 A CONTRATADA deve apresentar o apresentar documento usualmente emitido pelo veículo ou exibidor (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) devendo o veículo ou exibidor firmar declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, assinada de modo que esse documento contenha as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação e ou exibição;

15.1.5.2.4 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA no SICAF e perante a Fazenda do estado e do Município, através de consulta online. Se a CONTRATADA não estiver cadastrada no SICAF, deverá apresentar substitutivamente a este a Certidão de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço –FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional.

15.1.5.2.5 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceita-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

15.1.5.2.6 Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

15.1.6- No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGO-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

15.1.6.1 A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

15.1.7 A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

15.1.8 -Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados, serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE

15.1.9- Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

15.2.10 A CONTRATADA apresentará a CONTRATANTE um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a veículos e fornecedores, até o dia 10 (dez) do mês subsequente.

15.2.11- A CONTRATANTE efetuará retenção, na fonte, dos tributos e contribuições sobre todos os pagamentos à CONTRATADA, conforme dispõe a legislação específica.

15.3- Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

15.3.1 Honorários de % (..... Por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA.

15.3.1.1- Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

15.3.2 Honorários de % (..... Por cento) incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA, referentes a pesquisas de pré-teste e pós- teste vinculadas à concepção e criação de campanhas.

15.3.2.1- Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

15.3.3 Desconto de(..... por cento) dos valores previstos na tabela de preços da FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA - FENAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA.

15.3.3.1- Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

15.3.3.2 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE;

15.4 A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

15.5. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade.

15.6. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

15.7. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

15.8. Além das formas de remuneração previstas nesta Cláusula, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

15.8.1. A SMCC não pagará honorários ou qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referente à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

15.9. A CONTRATADA prestou garantia, em favor do CONTRATANTE, na modalidade, no valor de R\$ (----), correspondente a 3% (três por cento) do total da verba orçamentária prevista para a execução dos serviços objeto deste Contrato.

15.10. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de três dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

15.11. Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste Contrato, a garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA.

15.11.1- Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice da Caderneta de Poupança.

15.12- Em caso de atualização do total estimado de despesas deste Contrato, a CONTRATANTE exigirá a complementação do valor da garantia, para que se mantenha o percentual estabelecido no item 15.9.

15.13- Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

15.14 Das condições de pagamento.

15.15- Os documentos de cobrança da CONTRATADA, compostos de uma via da Nota Fiscal Fatura ou de Fatura com a respectiva Nota Fiscal, e uma via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço, serão liquidados, salvo em casos prévia e expressamente autorizados pela CONTRATANTE, mediante crédito na conta corrente nº.....mantida pela CONTRATADA junto à agência __, do Banco __, em até 15 dias do recebimento, da seguinte forma:

15.15.1 Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, da demonstração do valor devido ao veículo e ou exibidor, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do subitem 15.16.2.

15.15.2 Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;

15.15.3- Outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pósteste vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados com a CONTRATANTE por ocasião da solicitação de cada serviço.

15.16 Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato nº ___/2025 e a manifestação de aceitação

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

do CONTRATANTE: SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC, Rua Rui Barbosa, nº 285 – Centro, Rio Branco – Acre, CEP: 69.900-901, Tel: (68) 3212-7106.

15.16.1- Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de seus fornecedores.

15.16.2- No tocante à veiculação ou exibição, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

15.16.2.1 Mídia impressa: exemplares originais dos títulos.

15.16.2.2 Mídia eletrônica: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

15.16.2.2.1 Quando não for possível a apresentação do relatório de checagem de veiculação previsto no subitem precedente, a CONTRATADA deverá demonstrar a impossibilidade de fazê-lo, para que a CONTRATANTE pondere e decida.

15.16.2.2.2 Nos casos em que a CONTRATANTE decidir pela pertinência da demonstração de impossibilidade de apresentação do relatório, a CONTRATADA estará obrigada a apresentar declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação e ou exibição, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação e ou exibição.

15.16.2.2.2.1 Como alternativa à declaração prevista no subitem precedente, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo ou exibidor (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) desde que o veículo ou exibidor também firme declaração, assinada, de modo que esse documento e a declaração prevista no subitem 15.16.2.2.2, em conjunto, contenham as informações previstas no subitem 15.16.2.2.2;

15.16.2.2.2.2 Como alternativa ao procedimento previsto no subitem precedente, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo ou exibidor (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no subitem 15.16.2.2.2, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento ‘composto’ contenha todas as informações previstas no subitem 15.16.2.2.2.”

15.17 - Antes da efetivação dos pagamentos, a CONTRATADA deverá apresentar Certificado de Regularidade de situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão De regularidade de Débito junto a Previdência Social - CND, Certidão Conjunta De regularidade de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, e certidões de regularidades de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

15.18 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

15.18.1- Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

15.19- Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a CONTRATADA não tenha concorrido de alguma forma para tanto, fica convencionado que os encargos moratórios devidos pela CONTRATANTE, entre a data final para o pagamento e a correspondente ao efetivo pagamento da nota fiscal/fatura será calculado por meio da aplicação da seguinte fórmula:

$$I = \frac{(TX/100)}{365} = I = \frac{(6/100)}{365} = I = 0,00016438$$

EM = I x N x VP, onde:

I = Índice de atualização financeira;

TX = Percentual da taxa de juros de mora anual;

EM = Encargos moratórios;

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = Valor da parcela em atraso

15.19.1 A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

15.20 A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por fornecedores, sejam ou não instituições financeiras.

15.21- Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados, serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE.

15.21.1- Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

15.21.2 A CONTRATADA apresentará a CONTRATANTE um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a veículos e fornecedores, até o dia 10 (dez) do mês subsequente.

16. DO LOCAL, PRAZO E CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DO OBJETO

16.1. O prazo de execução dos serviços será imediato, a partir da data de assinatura do Contrato, através de solicitações da CONTRATANTE e deverá ser executado pela CONTRATADA conforme o estabelecido na planilha abaixo:

ITEM	PRODUTO/SERVIÇO	PRAZO DE ENTREGA
------	-----------------	------------------

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

1	Criação, finalização e entrega de campanhas publicitárias	Até 10 dias
2	Criação e produção eletrônica com duração até 60 segundos.	Até 05 dias
3	Criação e produção eletrônica com duração acima de 60 segundos.	Até 10 dias
4	Criação e finalização gráfica e eletrônica simples	Até 02 dias
5	Criação e finalização gráfica e eletrônica complexa	Até 10 dias
6	Diagramação, editoração e finalização gráfica e eletrônica simples	Até 07 dias
7	Diagramação e editoração e finalização gráfica e eletrônica Complexa	Até 10 dias
8	Criação e produção de material promocional	Até 08 dias
9	Criação de marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação e identidade visual	Até 05 dias
10	Elaboração de pareceres técnicos de mídias	Até 02 dias
11	Elaboração de relatórios técnicos de campanhas e projetos de comunicação, em formato de apresentação	Até 03 dias

16.2. As Ordens de Serviço serão entregues aos prepostos da **CONTRATADA**, em sua sede ou escritórios de suporte e atendimento ao cliente, instalado em RIO BRANCO - ACRE. Na hipótese de não possuir sede ou escritório na cidade de RIO BRANCO - ACRE, a **CONTRATADA** deverá instalá-los em até 30 (trinta) dias corridos, contados da data de assinatura do contrato.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

- A)** Para garantir a celeridade e a qualidade da prestação dos serviços, a CONTRATADA deverá dispor de equipe técnica que, obrigatoriamente, cumprirá as exigências de formação superior nas áreas de marketing ou publicidade e experiência profissional comprovada.
- B)** A CONTRATANTE poderá solicitar da CONTRATADA a prestação dos serviços aos sábados, domingos e feriados;
- C)** A prestação dos serviços será de âmbito municipal/estadual, podendo, eventualmente, ter abrangência nacional em ações específicas;
- D)** A agência contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo de veículos de divulgação, bem como dar continuidade ou encerrar demais serviços, por conta ou por ordem da CONTRATANTE.

17. DISPOSIÇÕES GERAIS

17.1. É facultada à Comissão Permanente de Licitação – CPL ou autoridade superior, em qualquer fase desta licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

17.2. A Comissão Permanente de Licitação – CPL poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta licitação.

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

17.4. Se ocorrer à desclassificação da licitante vencedora por fatos referidos no item anterior, a SMCC poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta licitação.

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

17.6. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

17.7. A Comissão Permanente de Licitação – CPL poderá, no interesse da SMCC, relevar omissões puramente formais nos documentos e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta licitação e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitação – CPL.

17.8. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a SMCC comunicará os fatos verificados ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

17.9. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme a Lei nº 14.133/21.

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

17.11. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

17.12. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta licitação será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

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

17.14. Correrão por conta da SMCC às despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista na Lei nº 14.133/21.

17.15. As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Estadual, no foro da cidade de Rio Branco – AC, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, salvo nos casos previstos no art. 102, inciso I, alínea “d”, da Constituição Federal.

17.16. Esclarecimentos sobre esta licitação serão prestados pela Comissão Permanente de Licitação – CPL apenas mediante solicitação por escrito, feita pelo(s) representante(s) estatutário(s) ou legal (is) da licitante, Até 03 (três) dias úteis antes da data designada para a abertura da sessão pública, qualquer pessoa poderá impugnar o Edital, ou enviar pedidos de esclarecimentos, protocolizada de segunda a sexta-feira, das 07:00 às 14:00 h, na Comissão Permanente de Licitação – CPL, situada à Rua Alvorada, nº 281, Cobertura – Bairro: Bosque, CEP: 69900-664, Rio Branco – Acre - E-mail: cpl02@riobranco.ac.gov.br ou cpl02.pmr@gmail.com.

17.16.1. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos por escrito e por e-mail, se possível pelas mesmas vias, ressalvado que a Comissão Permanente de Licitação – CPL dará conhecimento das consultas e respostas às demais licitantes que retiraram o Edital.

17.16.2. Decairá do direito de impugnar os termos do edital de licitação perante a administração o licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes habilitação em concorrência, no local acima indicado, as falhas ou irregularidades que viciariam esse edital, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

17.16.3. Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade na aplicação desta Lei, devendo protocolar o pedido até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

envelopes de habilitação, devendo a Administração julgar e responder à impugnação em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113.

17.17. A licitante não deve utilizar, em eventual consulta, termos que possam propiciar sua identificação perante a Subcomissão Técnica, antes da abertura dos **Invólucros nº 2**.

18. DISPOSIÇÕES FINAIS

18.1. Onde estamos: Rua Alvorada, nº 281, Cobertura, Centro, CEP: 69.900-664, Rio Branco/AC.

18.2. Quem são os responsáveis pela concorrência:


A presente concorrência será realizada pelo Pregoeiro/Agente de contratação (a) senhor (a): **Marivaldo Francisco Lima Reis de Souza**, tendo como equipe de apoio um mínimo de 2 (dois) servidores, escolhidos entre os seguintes: Ricardo Lucas Bezerra de Queiroz, Raquel Lopes Gama Cunha, e Rafaelly Oliveira Fernandes.

18.2.1. Na ausência ou impedimento do (a) pregoeiro (a) ou equipe de apoio indicado neste item, poderão atuar outros servidores oficialmente capacitados e designados pela Administração.

18.3. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Termo de Referência/Projeto Básico (Anexo I)
- b) Briefing (Anexo II)
- c) Declaração de Empregador de Pessoa Jurídica (Anexo III)
- d) Declaração de Inexistência dos Fatos Supervenientes (Anexo IV)
- e) Declaração de Microempresas (Anexo V)
- f) Modelo de elaboração Independente de Proposta (Anexo VI)
- g) Quadro de Avaliação e Pontuação (Anexo VII)
- h) Modelo de Proposta (Anexo VIII)
- i) Modelo de Carta Fiança (Anexo IX)
- j) Minuta do Contrato (Anexo X)
- k) Tabela de Preços Federação Nacional das Agências de Publicidade e de Propaganda – FENAPRO (Anexo XI)

Rio Branco – Acre, 11 de setembro de 2025.

Documento assinado digitalmente
 ERICK SILVA DE OLIVEIRA
Data: 17/09/2025 14:04:47-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Erick Silva de Oliveira
Secretário Adjunto de Gestão Administrativa
Decreto nº 667/2025

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

TERMO DE REFERÊNCIA

1. APRESENTAÇÃO

1.1. TERMO DE REFERÊNCIA Nº 11232//2025/Casa Civil

Processo nº 081/2025

ÓRGÃO SOLICITANTE

1.2. MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC - Casa Civil do Município de Rio SECRETARIA Branco
- Prefeitura Municipal de Rio Branco / Acre (PMRB - Casa Civil).

1.2.1. Elaborado pela **SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO** a partir dos procedimentos que devem ser adotados nos processos licitatórios da **Prefeitura**, na contratação de serviços de publicidade, prestado por intermédio de agência de propaganda, nos termos da Lei nº **12.232/2010**, e na forma complementar, das **Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/21**.

2. OBJETO

2.1. Contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto ao público de interesse nos veículos de comunicação, redes sociais e demais meios de divulgação, operando nos termos da Lei nº 4.680, de 18.06.65, e do Decreto nº 57.690, de 01.02.66, do tipo modalidade: **Concorrência Presencial por TÉCNICA E PREÇO**, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto ao público de interesse, por intermédio da **SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL - SMCC** para atender as necessidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo **Municipal**.

2.1.1. Também integram o objeto desta concorrência, 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, relacionados à execução dos contratos;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia (exceto produção de material gráfico), criados no âmbito dos contratos;

c) 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. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘a’ do subitem 2.1.1 terão a finalidade de gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da **SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL - SMCC**, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças; aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens; possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.3. É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 2.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.4. Não se inclui no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

2.5. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de Publicidade e Propaganda, doravante denominadas agências, licitante ou contratada.

2.6. Se, em decorrência das regras deste Termo de Referência e da legislação aplicável, não restar possível a contratação pretendida, a **SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL - SMCC**, a seu exclusivo juízo, decidirá sobre a conveniência e oportunidade de realizar novo certame.

2.7. Os serviços objeto do presente Termo de Referência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do § 1º, Art. 4º, da Lei nº 12.232/2010.

2.8. A agência **NÃO** poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços **previstos no item 2, nos termos do art.122 da Lei n.º 14.133/21.**

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

2.9. A agência atuará por ordem e conta da **SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC**, na contratação de:

a) Fornecedores de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais previstos no item 2.1 e subitem 2.1.1 para a execução dos serviços conexos e complementares previstos nas alíneas "a", "b" e "c";

b) Veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

2.10. Natureza do objeto

2.10.1. A natureza do objeto a ser contratado é **SERVIÇO ESPECIAL** nos termos do inciso XIV do Art. 6º da Lei 14.133 de 01 de abril de 2021, conforme justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar, **Prestação de serviço imediato.**

2.10.2. Forma de execução indireta, sob o **regime de empreitada por preço unitário**, nos termos da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010.

2.11. Modo de disputa

2.12. Fechado

3. DA JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA DA MODALIDADE CONCORRENCIA NA SUA FORMA PRESENCIAL

3.1. A contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços técnicos especializados, nos moldes do objeto descrito no Termo de Referência nº 11232/2025, demanda a adoção da modalidade Concorrência, conforme estabelece o art. 3º, inciso I, da Lei nº 12.232/2010, sendo o tipo de julgamento “Técnica e Preço, em razão da natureza intelectual e estratégica do objeto, que exige análise qualitativa das propostas.

3.2. A escolha pela forma presencial justifica-se pelas peculiaridades da contratação, especialmente no que se refere à necessidade de análise criteriosa de propostas técnicas, apresentação de portfólios, capacidade criativa, estratégias de comunicação e defesa presencial das soluções apresentadas pelas agências concorrentes – o que torna inadequado o uso da forma eletrônica. A presencialidade favorece o debate técnico qualificado, proporciona maior segurança quanto à veracidade das informações prestadas pelas licitantes e permite esclarecimentos em tempo real, otimizando o julgamento.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

3.3. Ademais, conforme destacado neste Termo de Referência, trata-se de serviço técnico especializado (art. 6º, inciso XIV da Lei nº 14.133/2021), cuja execução requer capacidade técnica comprovada, estrutura de atendimento local e equipe multidisciplinar qualificada – fatores cuja aferição demanda análise presencial detalhada dos documentos, apresentações e propostas criativas.

3.4. O art. 7º da Lei nº 12.232/2010 reforça a pertinência do julgamento por técnica e preço considerando a complexidade do objeto e a necessidade de garantir a contratação da proposta mais adequada ao interesse público, não apenas sob o aspecto financeiro, mas também da qualidade e efetividade das ações publicitárias.

3.5. Assim, a Concorrência Presencial – tipo técnica e preço revela-se a modalidade mais apropriada para o atendimento do interesse público, garantindo a transparência, a competitividade qualificada e a eficiência na seleção da agência contratada, de modo a assegurar o cumprimento dos princípios constitucionais da publicidade, eficiência e isonomia.

4. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

4.1. Em cumprimento a Lei nº 14.133/21 e alterações posteriores, pela Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010 que rege a publicidade governamental, bem como a Lei nº 4.680/1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda, elaboramos o presente Termo de referência para que, através do procedimento licitatório pertinente, seja efetuada a Contratação de Agência para a prestação de serviços de Publicidade, para atender a PREFEITURA DE RIO BRANCO (por intermédio da SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC). A contratação de empresa para execução dos serviços publicidade serão realizados na forma de execução indireta, sob o **regime de empreitada por preço unitário**, nos termos da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010; Lei n.º 4.680, de 18 de junho de 1965; Lei nº 14.133/21, de 21.04.21, do Decreto Municipal 400 de 22 de março de 2023 e subsidiariamente, da **Instrução Normativa SECOM nº 1/2023**, e demais legislações correlatas da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República-SECOM, e disposições deste Edital, destinada à contratação de agência de publicidade para prestação de serviços técnicos especializados, **Lei Municipal nº 1.880/2023** (Retenção de IR).

5. JUSTIFICATIVA TÉCNICA E LEGAL

5.1. JUSTIFICATIVA TÉCNICA: A contratação dos serviços de publicidade justifica-se pela necessidade contínua de promover a comunicação institucional da Prefeitura de Rio Branco, por meio da Secretaria Municipal da Casa Civil (SMCC), com a população, em atendimento ao princípio da publicidade previsto no art. 37 da Constituição Federal. A divulgação clara, acessível e estratégica das ações, programas, projetos e serviços públicos é essencial para garantir o direito à informação, fortalecer a cidadania e promover o engajamento da sociedade nas políticas públicas municipais. Para isso, é fundamental contar com uma agência

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

de propaganda que possua experiência comprovada, know-how e domínio de técnicas modernas e inovadoras, capazes de traduzir as mensagens institucionais em formatos atraentes, compreensíveis e eficazes. Além disso, as atividades previstas no item 2 – OBJETO deste Termo de Referência têm como objetivos:

- a) Produzir conhecimento técnico sobre o público-alvo, o mercado e os meios mais adequados para veiculação das campanhas;
- b) Garantir o desenvolvimento estratégico, criativo e técnico das ações publicitárias;
- c) Permitir a mensuração de resultados (ROI – Retorno sobre Investimento), assegurando a efetividade e a pertinência das mensagens publicitárias, vedada a inclusão de conteúdo sem relação com o objeto.

5.2 . Justificativa Legal: A obrigatoriedade da contratação de agência especializada está prevista no art. 1º da Lei nº 12.232/2010, que dispõe:

“Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.”

O art. 2º da mesma lei define os **serviços de publicidade** como o conjunto de atividades integradas voltadas à concepção, planejamento, criação, execução, veiculação e controle da comunicação institucional, incluindo a mediação com veículos e meios de divulgação.

Ainda, o §3º do art. 2º estabelece que essas contratações visam promover a concorrência presencial entre as agências, a qualificação do mercado, a melhoria da comunicação governamental e o fortalecimento da profissionalização do setor.

6. DA JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO

6.1. Objetivo da Contratação: A contratação de agência de publicidade é imprescindível para a efetiva divulgação dos atos oficiais, programas, serviços e políticas públicas do Município de Rio Branco, assegurando à população o pleno exercício do direito à informação, à transparência e ao controle social da Administração Pública.

Trata-se de serviço de natureza técnica e especializada, cuja prestação exige expertise e qualificação profissional adequadas, conforme definido no art. 1º da Lei nº 12.232/2010.

6.2. Finalidade Institucional: A execução de campanhas publicitárias possibilita à Administração Municipal:

- a) Ampliar o alcance das informações de interesse público;
- b) Estimular a participação da sociedade nas políticas e programas municipais;
- c) Promover a educação cidadã, valorizando as ações do município e fortalecendo a identidade institucional da Prefeitura;
- d) Cumprir os princípios constitucionais da publicidade e da eficiência (art. 37 da CF/88).

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

6.3. A realização de campanhas publicitárias permite à Administração Municipal:

- a) Ampliar o alcance das informações de interesse público;
- b) Estimular a participação da sociedade nas políticas públicas;
- c) Promover a educação cidadã, a valorização das ações do município e o fortalecimento da identidade institucional da Prefeitura;
- d) Cumprir os princípios constitucionais da publicidade e da eficiência (art. 37, caput, da CF/88).

6.4. **Critério de Julgamento da Licitação: Considerando a complexidade e a relevância estratégica das ações de comunicação institucional, bem como a exigência legal de qualificação técnica, a escolha da proposta mais vantajosa deverá ocorrer por meio de licitação do tipo “técnica e preço”, conforme previsto no art. 7º da Lei nº 12.232/2010.**

7. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

- a) **Experiência comprovada:** em execução de projetos de comunicação institucional para órgãos públicos, mediante apresentação de atestado de capacidade técnica;
- b) **Portfólio com campanhas de cunho socioeducativo ou de utilidade pública:** demonstrando domínio das especificidades da comunicação governamental;
- c) **Equipe multidisciplinar:** composta por profissionais das áreas de planejamento estratégico, designer gráfico, redação publicitária, audiovisual e gestão de mídias digitais;
- d) **Capacidade de mensuração de resultados:** com entrega de relatórios periódicos contendo indicadores como alcance, engajamento, conversão e retorno sobre investimento;
- e) **Atendimento sob demanda:** com prazos de entrega definidos conforme o tipo de serviço, assegurando previsibilidade e agilidade na execução;
- f) **Infraestrutura operacional própria:** incluindo softwares licenciados e equipamentos adequados ao desenvolvimento interno dos materiais.

7.1 Requisitos Jurídico-Financeiros:

- a) Apresentação de **certidões negativas** atualizadas, conforme exigido na legislação (INSS, FGTS, Tribunais, Receita Federal, etc.);
- b) **Proposta financeira detalhada**, com descrição dos custos por tipo de serviço (ex.: peças gráficas, vídeos, campanhas digitais), respeitando critérios de economicidade e proporcionalidade;

7.1.1 Restrições:

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO**

- Não exigir exclusividade de plataformas (ex.: "domínio de ferramenta X"), garantindo competitividade.
- Evitar vinculação a marcas específicas de softwares, priorizando soluções abertas.

7.2 Análise dos riscos da contratação

Evento de risco	Alocação	Consequência
Alteração do quantitativo contratado	Município	Aditivo contratual
Alteração do projeto	Município	Reequilíbrio econômico financeiro do contrato
Criação, extinção ou alteração de tributos, taxas ou encargos	Município	Reequilíbrio econômico financeiro do contrato
Atraso no pagamento	Município	Juros e atualização monetária
Problemas com empregados do contratado	Contratado	Manutenção do valor
Erros na execução	Contratado	Correção com manutenção do valor
Mal dimensionamento do valor na Planilha de Custos e formação de preços	Contratado	Manutenção do valor
Atrasos e inadimplementos por conta do Contratado	Contratado	Glosa do valor não executado e aplicação de penalidades
Oscilações de mercado dos insumos até 5% acima da variação média do ano anterior	Contratado	Manutenção do valor
Oscilações de mercado dos insumos acima de 5% da variação média do ano anterior	Município	Reequilíbrio econômico financeiro do contrato
Outros eventos não previstos caracterizados como caso fortuito, força maior, fato do príncipe ou fato da administração que onerem a prestação dos serviços.	Município	Reequilíbrio econômico financeiro do contrato

7.3 Da subcontratação:

7.3.1 Será vedada a subcontratação:

7.3.2 A agência **NÃO** poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 2, nos termos do art.122 da Lei n.º 14.133/21.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

8 CRITÉRIOS DE INOVAÇÃO E/OU DESENVOLVIMENTO NACIONAL SUSTENTÁVEL

8.1. Esta cláusula tem como objetivo estabelecer as responsabilidades do contratado em relação aos aspectos socioambientais, conforme as diretrizes estabelecidas pela Lei nº 14.133/2021, que rege as licitações e contratações públicas. A implementação e cumprimento das obrigações socioambientais devem ser observadas em todas as fases da execução contratual.

8.2. O contratado compromete-se a adotar práticas e condutas que respeitem os princípios do desenvolvimento sustentável, promovendo a proteção do meio ambiente e o bem-estar social durante a execução do objeto contratual, em conformidade com a legislação ambiental, trabalhista e direitos humanos.

8.3. O contratado deverá, durante a execução do contrato:

a) Adotar práticas que minimizem os impactos ambientais, com o uso racional de recursos naturais, redução da emissão de poluentes e de resíduos, e promover a reciclagem e reutilização de materiais sempre que possível.

b) Cumprir as exigências legais sobre destinação correta de resíduos sólidos, efluentes e outras substâncias prejudiciais ao meio ambiente.

c) Promover ações para o fortalecimento de políticas de inclusão social e de responsabilidade com as comunidades afetadas pelas suas atividades.

9 DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO

9.1 A contratação de uma agência de publicidade surge como a alternativa mais adequada para suprir as demandas identificadas, garantindo profissionalismo, estratégia e eficiência na gestão da comunicação municipal.

9.2 A contratação de serviços de publicidade por meio de agência especializada é imprescindível para garantir a efetiva divulgação dos atos, programas, serviços e políticas públicas da Prefeitura Municipal de Rio Branco, assegurando à população o pleno exercício do direito à informação e à transparência administrativa.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

9.3 Trata-se de contratação de natureza técnica e especializada, fundamentada no art. 1º da Lei nº 12.232/2010, a qual visa à elaboração e execução de ações publicitárias voltadas à promoção institucional dos serviços públicos municipais.

9.4 A realização de campanhas publicitárias permite à Administração Municipal:

- a) Ampliar o alcance das informações de interesse público;
- b) Estimular a participação da sociedade nas políticas públicas;
- c) Promover a educação cidadã, a valorização das ações do município e o fortalecimento da identidade institucional da Prefeitura;
- d) Cumprir os princípios constitucionais da publicidade e da eficiência (art. 37, caput, da **CF/88**).

9.5. Considerando a complexidade e a natureza estratégica das ações de comunicação, bem como a exigência de qualificação técnica prevista em lei, a contratação por meio de licitação do tipo “técnica e preço” se justifica como forma de selecionar a proposta mais adequada aos interesses da **Administração Pública, em conformidade com o art. 7º da Lei nº 12.232/2010.**

9.6. O processo de contratação de uma agência de publicidade é através de concorrência por técnica e preço que demanda diversas etapas de avaliação para a conclusão do mesmo.

9.7. Prazo para início da execução do objeto:

O prazo de execução dos serviços será imediato, a partir da data de assinatura do Contrato, através de solicitações da Contratante e deverá ser executado pela contratada conforme o estabelecido na planilha abaixo:

10. PRAZO DE ENTREGA OU DE EXECUÇÃO DO OBJETO

ITEM	PRODUTO/SERVIÇO	PRAZO DE ENTREGA
1	Criação, finalização e entrega de campanhas publicitárias	Até 10 dias

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

2	Criação e produção eletrônica com duração até 60 segundos.	Até 05 dias
3	Criação e produção eletrônica com duração acima de 60 segundos.	Até 10 dias
4	Criação e finalização gráfica e eletrônica simples	Até 02 dias
5	Criação e finalização gráfica e eletrônica complexa	Até 10 dias
6	Diagramação, editoração e finalização gráfica e eletrônica simples	Até 07 dias
7	Diagramação e editoração e finalização gráfica e eletrônica Complexa	Até 10 dias
8	Criação e produção de material promocional	Até 08 dias
9	Criação de marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação e identidade visual	Até 05 dias
10	Elaboração de pareceres técnicos de mídias	Até 02 dias
11	Elaboração de relatórios técnicos de campanhas e projetos de comunicação, em formato de apresentação	Até 03 dias

10.1 Garantia exigida do objeto:

10.1.1. A CONTRATADA deverá apresentar à Administração da CONTRATANTE, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contando da data da assinatura do contrato, comprovante de prestação de garantia de 1% (um por cento) sobre o valor anual do contrato, mediante a opção por uma das seguintes modalidades:

10.1.2. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, sendo estes emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus credores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

10.1.3. A garantia em apreço, quando em dinheiro, deverá ser efetuada no Banco do Brasil, em conta específica, com correção monetária, em favor do Órgão/unidade CONTRATANTE.

10.1.4. Caberá à CONTRATADA escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021 - Seguro-garantia, modalidade “Seguro-garantia do Construtor, do Fornecedor e do Prestador de Serviço”; ou Fiança bancária, observado o modelo do Anexo IX deste TERMO DE REFERÊNCIA.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

10.1.5. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de 0.2% (dois décimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, até o máximo de 5% (cinco por cento).

10.1.6. O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias autoriza a Administração a promover a retenção dos pagamentos devidos à CONTRATADA, até o limite de 5% (cinco por cento) do valor anual do contrato, a título de garantia.

10.1.7. A retenção efetuada com base no subitem 9.1.6 não gera direito a nenhum tipo de compensação financeira à CONTRATADA.

10.1.8. A CONTRATADA, a qualquer tempo, poderá substituir a retenção efetuada com base no subitem 9.1.6 deste item 9.1 por quaisquer das modalidades de garantia, caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, seguro-garantia ou fiança bancária.

11. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

11.1. Garantir à população o acesso direto e transparente às informações sobre programas, serviços e decisões da gestão municipal;

11.2. Valorizar o diálogo com os diversos segmentos sociais, ouvindo suas demandas e estimulando sua participação na construção das políticas públicas;

11.3. Traduzir a linguagem institucional em mensagens acessíveis, compreensíveis e úteis para a vida do cidadão;

11.4. Fortalecer o sentimento de pertencimento e identidade com a cidade, promovendo a imagem **de Rio Branco como uma capital viva, inclusiva e em desenvolvimento**;

11.5. Contribuir para uma cultura de responsabilidade social, cidadania ativa e controle democrático das ações do poder público.

11.6. A Prefeitura de Rio Branco entende que comunicar é servir. E servir bem é informar com verdade, escutar com respeito e agir com coerência.

12. PRAZO DE VIGÊNCIA CONTRATUAL

12.1. O contrato terá vigência de 12 (doze) meses a contar da sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos até o limite de 10 (anos), conforme disposto no art. 107, da Lei nº 14.133/2021. (PERMANECE)

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO**

12.2. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Termo de Referência terá prazo de vigência de 12 (doze) meses, a contar de sua assinatura, podendo ser prorrogável por até 10 anos (120 meses), desde que seja atestado que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes, na forma do artigo 107 da Lei nº 14.133, de 2021, desde que observados os itens, conforme a seguir: Art. 107. Os contratos de serviços e fornecimentos contínuos poderão ser prorrogados sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, desde que haja previsão em edital e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

13. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

13.1. Metodologia de acompanhamento da execução do contrato e principais pontos de controle.

13.1.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

13.1.2. A fiscalização dos serviços será realizada por preposto da Contratante nomeado para essa finalidade, o qual terá poderes, entre outros, para registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

13.1.3. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

13.1.4. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

13.1.5. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente a produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para as CONTRATANTES.

13.1.6. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

13.1.7. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

13.1.8. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso a documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo as observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

13.1.9. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna das CONTRATANTES e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito a serviços prestados à CONTRATANTE.

13.1.10. A CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

13.1.11. A CONTRATANTE realizará periodicamente a seu exclusivo juízo e sem aviso prévio, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

13.1.12. Essa avaliação será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre a conveniência de rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

14. OBRIGAÇÕES ESPECÍFICAS DA CONTRATADA

- a. Constitue obrigação da CONTRATADA, além das demais previstas neste Termo de referência ou dele decorrentes.
- b. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- c. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no **município de Rio Branco**, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

d. A **CONTRATADA** deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do Contrato, que possuem, no município de Rio Branco, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à **CONTRATANTE**, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações: a) 01 (um) Diretor Geral; B) 01 Diretor de Atendimento; c) 02 (dois) profissionais de atendimento; d) 01 (um) profissional de atendimento para o meio internet; e) 01 (um) profissional de planejamento e pesquisa; f) 01 (um) Diretor de Criação; g) 02 (duas) duplas de criação; h) 01 (uma) dupla de criação para o meio digital; i) 02 (dois) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica); j) 01 (um) Diretor de Mídia; k) 02 (dois) profissionais de mídia.

e. Executar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste TERMO DE REFERÊNCIA, de acordo com as especificações estipuladas pela **CONTRATANTE**.

f. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste Termo de Referência, os profissionais indicados na Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à **CONTRATANTE**.

g. 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 e transferir à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas.

h. Pertencem à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da **CONTRATADA**, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou replicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

14.9. O disposto no subitem 13.8 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à **CONTRATADA**, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

14.10. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à **CONTRATANTE**, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

14.11. A **CONTRATADA** não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da **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.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

14.12. O desrespeito ao disposto no subitem 13.11. constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da **CONTRATADA** e as submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste Termo de Referência.

14.13. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da **CONTRATANTE**.

14.14. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à **CONTRATANTE**:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados e aptos a fornecer a **CONTRATADA** bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do Termo de referência;

III - apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados cadastrados pela **CONTRATADA** com aprovação da **CONTRATANTE** que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir dos fornecedores que constem na cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e totais;

V - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes ao seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;

VII - Para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da **CONTRATADA** responsável pela documentação: ***“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”***.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

14.15. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (**cinco décimos por cento**) do valor global deste **TERMO DE REFERÊNCIA**, a **CONTRATADA** coletarão orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da **CONTRATANTE**. Nos termos do §2º do art. 14 da Lei nº 12.232/2010

14.16. A **CONTRATANTE** procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

14.17. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da **CONTRATANTE**.

14.18. Se e quando julgar conveniente, a **CONTRATANTE** poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela **CONTRATADA**.

14.19. A **CONTRATADA** está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos artigos 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010, que Institui o Estatuto da Igualdade Racial.

14.20. Cabe à **CONTRATADA** informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas em contrato para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

14.21. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste Termo de Referência, à prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**.

É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

II – algum dirigente ou empregado da **CONTRATADA** tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO**

14.22. Obter a autorização prévia da CONTRATANTE, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este Termo de Referência.

14.23. CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

14.24. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime a CONTRATADA suas responsabilidades pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência do Contrato.

14.25. Apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

14.26. Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 13.25, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

14.27. O estudo de que trata o subitem 13.25 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

14.28. O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 13.25 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura do Contrato.

14.29. O final do período de 12 (doze) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

14.30. Se o fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 13.25, a CONTRATANTE poderá solicitar novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

14.31. Encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

a. TV e Cinema: cópias em arquivos digitais;

b. Rádio: arquivos digitais;

c. Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

14.31.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo arquivo, caso atenda à solicitação da CONTRATANTE.

14.32. Prestar os seguintes serviços à CONTRATANTE, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento:

14.32.1. Manutenção de acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução do contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

14.32.2 Manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução dos contratos e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

14.33. O acervo virtual será constituído e mantido pela agência contratada em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a CONTRATANTE a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprovar.

14.34. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção dos contratos, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto no subitem 13.31.

14.35. Orientar a produção das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

14.36. Entregar à **CONTRATANTE**, até o 5º dia útil do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

14.37. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a **CONTRATADA** e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, permutadas entre a **CONTRATANTE** e a **CONTRATADA**, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

14.38. O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela **CONTRATADA** à **CONTRATANTE** após sua realização e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes serão enviado quinzenalmente.

14.39. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a **CONTRATANTE** solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas, a contar da data do recebimento **do respectivo relatório**.

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

14.41. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto dos contratos, que envolvam o nome da **CONTRATANTE**, sem sua prévia e expressa autorização.

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

14.43. Não caucionar ou utilizar os presentes contratos como garantia para qualquer operação financeira.

14.44. Manter, durante a execução dos contratos, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

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

14.46. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

14.47. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto dos contratos, 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.

14.48. 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.

14.49. Apresentar, quando solicitado pela **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

14.50. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria **CONTRATANTE**.

14.51. 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 da **CONTRATANTE**.

14.52. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão do contrato e sujeitará a **CONTRATADA** às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

14.53. Não manter, durante a vigência dos contratos, nenhuma forma de prestação de serviços de publicidade ou relação negocial com pessoa jurídica ou física, nos moldes do que consta a “Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses” assinada pela **CONTRATADA**.

14.54. Responder perante a **CONTRATANTE** e fornecedores de bens e de serviços especializados 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 Termo de Referência.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

14.55. 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 a **CONTRATANTE**.

14.56. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento dos presentes contratos.

14.57. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotara as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a **CONTRATANTE** as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

14.58. Responder por qualquer ação administrativa ou 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 Termo de referência.

14.59. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei nº 14.133 e regulamentado pelo Decreto nº 400/2023.

14.60. Cumprir a previsão legal no que concerne ao disposto no art. 92, inciso XVII, da Lei nº 14.133/2021, que estabelece:

"Art. 92. São cláusulas necessárias nos contratos regidos por esta Lei as que estabeleçam: XVII - a obrigação de o contratado 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;"

14.61. A **CONTRATADA** é obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

14.62. A **CONTRATADA** deverá apresentar no ato da assinatura do contrato o Cadastro de Credor atualizado no município de Rio Branco – Acre, para viabilizar o pagamento por parte desta Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC.

15. OBRIGAÇÕES ESPECÍFICAS DA CONTRATANTE

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

- a. Prestar as informações e esclarecimentos que venham a ser solicitados pela **CONTRATADA**, de forma a garantir a melhor forma de execução dos serviços;
- b. Efetuar o pagamento à **CONTRATADA** de acordo com a forma convencionada neste instrumento;
- c. Notificar, por escrito, a **CONTRATADA** toda e qualquer ocorrência relacionada com os Contratos, tais como, eventuais imperfeições durante sua vigência afixando prazo para sua correção;
- d. Fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao solicitado ou especificado.
- e. Serão nomeados gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA**, objetivando sua imediata correção.
- f. A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços objeto dos contratos.
- g. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da **CONTRATANTE**.
- h. A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**.
- i. A autorização, pela **CONTRATANTE**, dos planos de mídia e dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.
- j. A ausência de comunicação por parte da **CONTRATANTE**, referente a irregularidade ou falhas, não exime a **CONTRATADA** das responsabilidades determinadas nos contratos.
- k. A **CONTRATADA** permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência dos contratos, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

l. A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** ou auditoria externa por ela indicada tenha acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.

m. À **CONTRATANTE** é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto dos contratos, juntamente com representante credenciado pela **CONTRATADA**.

n. A **CONTRATANTE** avaliará os serviços prestados pela **CONTRATADA**, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

o. A avaliação será considerada pela **CONTRATANTE** para: apurar a necessidade de solicitar da **CONTRATADA** correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação devigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela **CONTRATADA**, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

p. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal dos contratos e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

q. Infrações e penalidades do Contrato:

- i. Nos casos em que o contratado cometer ato de descumprimento parcial do contrato, sem que gere dano ao Município, o fiscal do contrato aplicará sanção de advertência ao contratado pelo inadimplemento.
- ii. Será aplicada multa moratória de 0,5% (zero vírgula cinco por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 40 (quarenta) dias.
- iii. Caso a empresa tenha declarado o compromisso de implementação de política de integridade ou de equidade entre homens e mulheres no ambiente de trabalho, o seu inadimplemento implicará em multa mensal de 0,5% (meio por cento) sobre as faturas emitidas, enquanto persistir a situação de irregularidade.
- iv. Ultrapassado o prazo máximo de multa moratória, o Município poderá optar por comunicar ao contratado a rescisão contratual, com a substituição da multa moratória por multa compensatória de 20% (vinte por cento) sobre o valor da parcela inadimplida.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

v. Nos casos de inexecução total do contrato, o Município aplicará multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor do saldo contratual a executar.

1.1.1. A penalidade de multa poderá ser cumulada com penalidade de impedimento de licitar e contratar, nos termos da tabela:

INFRAÇÃO COMETIDA	PENALIDADE	PRAZO
Ensejar o retardamento da execução do contrato sem motivo justificado	Impedimento de licitar ou contratar com o Município de Rio Branco	6 meses
Dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo	Impedimento de licitar ou contratar com o Município de Rio Branco	12 meses
Dar causa à inexecução total do contrato	Impedimento de licitar ou contratar com o Município de Rio Branco	18 meses
Prestar declaração falsa durante a execução do contrato	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses
Praticar ato fraudulento na execução do contrato	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses
Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses
Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses

15.17.7. Infrações e Penalidades do Certame

15.17.8. As infrações cometidas pelos licitantes, durante a fase de licitação, serão apuradas e sancionadas de acordo com a gravidade da conduta, nos termos dos arts. 155 a 160 da Lei nº 14.133/2021, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

15.17.9. O processo administrativo para apuração de responsabilidade e aplicação de sanções observará o rito estabelecido no Capítulo 19 – “Processo Administrativo para Apuração de Responsabilidade e Aplicação de Sanção” do Caderno de Normas Licitatórias, respeitando os princípios da legalidade, proporcionalidade, razoabilidade, e devido processo legal.

15.10.10 As sanções aplicáveis poderão incluir, conforme a legislação vigente:

15.10.3.1. Advertência;

15.10.3.2. Multa;

15.10.3.3. Impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública, pelo prazo de até **3 (três) anos**;

15.10.3.4. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação nos termos da lei.

15.10.3.5. A aplicação de penalidades será formalizada por **ato motivado da autoridade competente**, e registrada nos sistemas oficiais, inclusive no **Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP)**, conforme o art. 174 da Lei nº 14.133/2021.

15.10.3.6. Ao licitante infrator poderá ser aplicada penalidade de impedimento de licitar e contratar, nos termos da tabela:

INFRAÇÃO COMETIDA	PENALIDADE	PRAZO
Deixar de entregar a documentação exigida para o certame, mesmo após a possibilidade de saneamento	Impedimento de licitar ou contratar com o Município de Rio Branco	6 meses
Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado	Impedimento de licitar ou contratar com o Município de Rio Branco	6 meses
Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta	Impedimento de licitar ou contratar com o Município de Rio Branco	6 meses
Apresentar recursos manifestamente protelatórios	Impedimento de licitar ou contratar com o Município de Rio Branco	6 meses
Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a seleção do fornecedor	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses
Fraudar a seleção do fornecedor	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses
Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da seleção do fornecedor	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses
Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013	Declaração de Inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos	4 anos e 6 meses

16. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

16.1. Comete infração administrativa a CONTRATADA que cometer quaisquer das infrações previstas no art. 155 da Lei Federal nº 14.133 de 1º de abril de 2021, quais sejam:

15.1.1. Dar causa à inexecução parcial contrato;

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

16.1.3. Dar causa à inexecução total do contrato;

16.1.4. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame;

16.1.5. Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, e aceito pela Administração Pública;

16.1.6. Não celebrar o contrato ou retirar documento substitutivo ao contrato no prazo estabelecido, inclusive seus aditivos, ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

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

16.1.8. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

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

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

16.1.11. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação.

16.2. A CONTRATADA que incorra em quaisquer infrações dispostas no item 16.1 e seus subitens, sujeitam-se sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às seguintes sanções:

16.2.1. Advertência, caso a CONTRATADA der causa ao disposto no item 16.1, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

16.2.2 Multa, nas seguintes hipóteses:

16.2.2.1. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor adjudicado, por cometer infração do subitem 16.1.1.;

16.2.2.2. Multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor homologado por cometer infração do subitem 15.1.2.;

16.2.2.3. Multa de 30% (trinta por cento) sobre o valor homologado por cometer infração do subitem 16.1.3.;

e

16.2.2.4. Multas moratórias de 2% (dois por cento) do valor homologado por dia, até o trigésimo dia de atraso, se o objeto não for entregue na data prevista, sem justificativas aceitas pelo CONTRATANTE.

16.3. Na aplicação de sanções serão considerados:

16.3.1. A natureza e a gravidade da infração cometida;

16.3.2. As peculiaridades do caso concreto;

16.3.3. As circunstâncias agravantes e atenuantes; e

16.3.4. Os danos que dela provierem para a Administração Pública.

16.3.5. A penalidade de multa pode ser aplicada cumulativamente com as demais sanções.

16.3.6. As penalidades por infrações no processo licitatório, na contratação direta ou no descumprimento das condições da ata de registro de preços ou das obrigações contratuais, deverão respeitar os princípios da ampla defesa e do contraditório.

17. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

17.1. DO PAGAMENTO

17.1.1. O CONTRATANTE efetuará o pagamento mediante Ordem Bancária creditada em conta corrente indicada pela CONTRATADA, até 30 (trinta) dias após o protocolo da Nota Fiscal e/ou Fatura devidamente atestada junto a CONTRATANTE.

17.1.2. Nenhum pagamento será efetuado a CONTRATADA, enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe for imposta, em virtude de penalidade ou inadimplência.

17.1.3. documentos de habilitação fiscal e trabalhista do detentor do contrato, atualizados (art. 91, § 4º, da LF nº 14.133/2021; art. 19, parágrafo único, II, e art. 163, do DM nº 400/2023):

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

- a. prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional, atualizada na data
- b. prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);
- c. prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943
- d. prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do fornecedor
- e. Certidão negativa Quanto a Dívida Ativa – PGM Acre
- f. Consulta Optantes
- g. Prova de regularidade junto à Fazenda Estadual, através da Certidão Negativa conjunta junto aos Tributos Estaduais, emitida pela Secretaria da Fazenda Estadual onde a empresa for sediada;

17.1.4. Comprovação de que não consta sanção aplicada ao fornecedor, cujos efeitos torne-o proibido de celebrar contrato administrativo e alcance a Administração contratante, mediante apresentação de certidões expedidas nos seguintes cadastros: (art. 91, § 4º da LF nº 14.133/2023 e art. 337-M do Decreto-Lei nº 2.848/1940);

a- Cadastro de Empresas Inidôneas do Tribunal de Contas da União, acessível em: <https://contas.tcu.gov.br/ords/f?p=INABILITADO:INIDONEOS>

b- Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), acessível em: <https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta?cadastro=2&ordenarPor=nomeSancionado&direcao=asc>

c- Cadastro de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), acessível em: <https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta?cadastro=1&ordenarPor=nomeSancionado&direcao=asc>

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

d- Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF como impedidas ou suspensas, acessível em: <https://www3.comprasnet.gov.br/sicaf-web/public/pages/consultas/consultarRestricaoContratarAdministracaoPublica.jsf>

e- Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade, supervisionado pelo Conselho Nacional de Justiça, acessível em: http://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php

17.1.5 SICAF Unificado, CERTIFICADO DE REGISTRO Cadastral e qualificação técnica (SICAF Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores. É a porta de entrada dos fornecedores que desejam vender para o governo. Além disso, o SICAF é o registro cadastral único que os agentes públicos utilizam para a análise da habilitação jurídica, regularidade fiscal e qualificação econômico-financeira dos fornecedores que participam das licitações governamentais. No SICAF também são registradas eventuais ocorrências, advertências, multas ou impedimentos de licitar / contratar) <https://www.gov.br/compras/pt-br/sistemas/conheca-o-compras/conheca-o-compras>

- a. Sintegra
- b. Declaração estabelecida na Lei Federal nº 9.854/99
- c. Balanço patrimonial qualificação Econômica- Financeiro do exercício de 2024
- d. cadastro Nacional da p. Jurídica /quadro de sócios e administradores
- e. Consulta sobre tributos de ICMS / ISS

17.1.6. DECRETO Nº 1.880 DE 28 DE NOVEMBRO DE 2023.

“Dispõe sobre a retenção de Imposto de Renda (IR) na Fonte nos pagamentos a fornecedores por Órgãos e Entidades da Administração Direta e Indireta e dá outras providências”.

17.1.7. Planilha DISTRIBUIÇÃO POR MEIOS DE COMUNICAÇÃO: TELEVISÃO – TV ABERTA /TV POR ASSINATURA, RÁDIO EMISSORAS AM/FM, INTERNET SITES /PORTES, OFHOME: OUTDOOR /BUSSDOOR e DOOH-DIGITAL OUT OFHOME: PAINEL DE LED /TV INDOOR por porcentagem e valor.

18.1. DO FATURAMENTO

18.2.1. A CONTRATADA deverá emitir o faturamento em RIO BRANCO - ACRE, tão logo o serviço seja

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

efetuado e entregue a CONTRATANTE, evitando atraso no repasse do pagamento aos eventuais fornecedores contratados. A fatura dos veículos/fornecedores deverá ser emitida em nome da CONTRATANTE. Para efeito do 'DESCONTO PADRÃO', faz-se necessário inserir no campo de informações adicionais das Notas Fiscais e faturas comerciais dos veículos, a seguinte expressão: “Valor de referência do ‘Desconto Padrão’(remuneração da agência – item 1.11 das normas- Padrão de Atividade Publicitária): R\$....””

18.2.2. A CONTRATADA deverá efetuar o pagamento aos eventuais fornecedores contratados no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da data do pagamento efetuado pela CONTRATANTE.

18.2.3. O faturamento, obrigatoriamente deverá ser feito no escritório da empresa e **NO MUNICÍPIO DE RIO BRANCO - ACRE.**

19. DA ALTERAÇÃO CONTRATUAL

19.1. Os Contratos somente sofrerão alterações ante as circunstâncias de fatos supervenientes, consoante disposições do art. 124 da Lei Federal nº 14.133/21 e alterações posteriores.

Parágrafo Primeiro - Toda e qualquer alteração deverá ser processada mediante a celebração de Termo Aditivo, numerado em ordem crescente e publicado no Diário Oficial do Estado – DOE/AC. Será vedada a modificação do objeto.

Parágrafo Segundo - “Os registros que não caracterizam alteração do contrato, disciplinados no art. 136 da Lei 14.133/2021, poderão ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo.”

20. REEQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO

20.1 O reequilíbrio econômico-financeiro ocorrerá por meio de termo aditivo e, quando em favor do contratado, dependerá de prévia solicitação e demonstração de que a(s) ocorrência(s) inviabiliza(m) a execução do contrato nos termos inicialmente ajustados, por meio de documentos pertinentes e suficientes, acompanhados das memórias de cálculo.

20.2 Conforme o Art. 181 do Decreto Nº 400/2023, o pedido de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro deverá ser instruído com:

I - O número do contrato ou da ata de registro de preços a que se refere;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

II - O item ou o lote para os quais é solicitado o reequilíbrio econômico-financeiro;

III - A justificativa do desequilíbrio econômico-financeiro contratual;

IV - A diferença percentual solicitada no reequilíbrio econômico-financeiro por item e/ou lote; e

V - Os documentos que comprovem o custo suportado pelo contratado quando da formulação da proposta, da assinatura do contrato ou da ata de registro de preços ou da emissão da primeira Nota de Empenho/Ordem de Fornecimento e o custo suportado quando do protocolo do requerimento de reequilíbrio econômico-financeiro, como notas fiscais, orçamentos obtidos junto aos fornecedores do contratado, tabelas de referência do setor, entre outros.

§ 1º O pedido de reequilíbrio econômico-financeiro não suspenderá a execução contratual no curso do prazo para julgamento, salvo se o gestor do contrato conceder o efeito suspensivo.

§ 2º Quando o pedido de reequilíbrio econômico-financeiro se referir a um item individual que compõe o custo global do produto ou serviço, deverá ser apresentada planilha detalhada ou equivalente, confrontado o custo de cada item constante da proposta inicial com a nova planilha atualizada, a fim de comprovar a elevação dos encargos do particular proporcionalmente à majoração do insumo requerido.

§ 3º Nos casos de objetos complexos, compostos por diversos itens, o pedido deverá comprovar a oscilação de preços dos principais itens, assim considerados aqueles que compoñham 80% (oitenta por cento) do valor total do contrato ou da ata de registro de preços.

§ 4º A mera demonstração do aumento de preços de mercado não comprova, por si só, o desequilíbrio da equação econômico-financeira do contrato ou da ata de registro de preços, devendo ser evidenciado pelo contratado, o nexo de causalidade entre o aumento do custo suportado pelo contratado para a execução e o impacto na contratação ou na ata de registro de preços, conforme o caso.

20.3 Em conformidade com o Art. 182 do Decreto Nº 400/2023, o pedido de reequilíbrio econômico-financeiro deverá ser encaminhado ao fiscal do contrato, que analisará os fundamentos de fato e de direito que embasaram o pedido.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

§ 1º Na análise dos fundamentos de fato e de direito do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro, o fiscal do contrato poderá solicitar apoio técnico ao gestor do contrato.

§ 2º Analisado o pedido e verificada a real alteração do custo suportado pelo contratado, o fiscal do contrato se manifestará pela procedência total ou parcial do pedido, no prazo de até 10 (dez) dias úteis.

§ 3º Quando o fiscal se manifestar pela procedência do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro, o processo será encaminhado à Procuradoria-Geral para manifestação no prazo de até 5 (cinco) dias úteis. Após manifestação, a Procuradoria-Geral enviará o pedido para gestor do contrato ou da ata de registro de preços que julgará o pedido de reequilíbrio econômico-financeiro no prazo de até 5 (cinco) dias úteis.

§ 4º A concessão do reequilíbrio econômico-financeiro terá efeitos a partir da data do fato gerador ou, não sendo possível a identificação do fato gerador, a data do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro, com efeitos para todo o saldo contratual e alterará a data-base para reajuste contratual para a data de início dos efeitos do reequilíbrio econômico-financeiro concedido.

20.4 Conforme o Art. 183. Caberá recurso administrativo da decisão de mérito do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro no prazo de 5 (cinco) dias úteis a partir da notificação da decisão.

20.5 Parágrafo único. O recurso administrativo deverá ser endereçado ao gestor do contrato que, em até 5 (cinco) dias úteis do seu recebimento, reconsiderará a decisão recorrida ou, se mantida a decisão, encaminhará o recurso para o secretário municipal ao qual está vinculado, que decidirá em até 5 (cinco) dias úteis a partir do seu recebimento.

20.6 O valor contratado será reajustado e corrigido conforme atualização de valores de Custos Internos dos Serviços na Tabela Referencial de Preços indicada pela Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO aplicada a variação do IPCA no período.

21. DA RESCISÃO

21.1 Os Contratos poderão ser rescindidos na forma do art. 155 da lei 14.133/2021, reduzido a termo no respectivo processo, observado o disposto no art. 104 da Lei 14.133/21, sujeitando-se a Contratada às consequências determinadas pelo art. 80 desse diploma legal, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.

Parágrafo Primeiro – Os casos de rescisão contratual deverão ser formalmente motivados nos autos do

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

Parágrafo Segundo – A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

22. DO RECURSO

22.1 Cabe recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, no prazo de 05 (cinco) dias úteis da sua publicação;

22.2 O recurso que cause alteração da classificação final enseja a republicação do resultado e reabre o prazo recursal;

22.3 Admite-se novo recurso apenas se fundamentado em novas razões ou novos argumentos agregados ao resultado em razão do julgamento do recurso anterior;

22.4 Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, a Comissão apurará os vencedores e convocará sessão pública, com antecedência mínima de **02 (dois) dias úteis**, destinada a apresentação do Invólucro Nº 05 – Habilitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor no Edital;

22.5 Se todas as propostas forem desclassificadas, a Comissão poderá fixar para as PROPONENTES o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novas propostas, escoimadas das causas que tenham determinado a desclassificação. As novas propostas deverão ser apresentadas em ENVELOPES lacrados, que serão recebidos em sessão pública, observando-se o procedimento de avaliação e julgamento estabelecido nos subitens anteriores.

23. JUSTIFICATIVA QUANTO À NÃO PARTICIPAÇÃO DE EMPRESAS EM REGIME DE CONSÓRCIO

23.1. Para a presente licitação, **fica vedada a participação de empresas reunidas em consórcio**, nos termos do **art. 15, inciso I, da Lei nº 12.232/2010**, que disciplina as contratações de serviços de publicidade no âmbito da Administração Pública. A decisão fundamenta-se na natureza técnica e especializada dos serviços a serem contratados, os quais exigem **unidade de concepção criativa, consistência estratégica, integração operacional e responsabilização direta da contratada**, características que se mostram incompatíveis com a fragmentação inerente à atuação consorciada.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

23.2. Tal entendimento encontra respaldo no **Acórdão nº 22/2003 – Plenário do Tribunal de Contas da União (TCU)**, segundo o qual a formação de consórcios somente se justifica quando o objeto a ser licitado apresentar **alta complexidade ou vulto relevante**, o que não é o caso da presente contratação. Trata-se de **serviços de publicidade institucional usuais e amplamente disponíveis no mercado**, com ampla oferta de agências plenamente capacitadas a atender individualmente aos requisitos legais e técnicos estabelecidos no edital.

23.3. A eventual formação de consórcio, neste contexto, **não contribui para ganho técnico**, podendo comprometer a **unidade de posicionamento, a agilidade de execução e a efetividade da estratégia de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO BRANCO**, devido à possibilidade de **divergências operacionais entre empresas consorciadas**, o que impactaria negativamente o resultado da contratação.

23.4. Ademais, conforme destaca o jurista **Marçal Justen Filho**, renomado especialista em Direito Administrativo:

“Em regra, o consórcio não é favorecido ou incentivado pelo nosso Direito. Como instrumento de atuação empresarial, o consórcio pode conduzir a resultados indesejáveis. A formação de consórcios acarreta risco de dominação do mercado, através de pactos de eliminação de competição entre os empresários. No campo de licitações, a formação de consórcios poderia reduzir o universo da disputa (...). Há hipóteses em que as circunstâncias do mercado e/ou a complexidade do objeto tornam problemática a competição.”

Tal entendimento doutrinário reforça que a vedação ao consórcio evita riscos de concentração de mercado, conluio, diluição de responsabilidades contratuais e prejuízo à concorrência efetiva.

23.5. Ressalta-se que a presente vedação **não compromete a competitividade do certame**, considerando a existência de diversas agências de propaganda atuantes e qualificadas no mercado nacional, com plenas condições de atender individualmente às exigências técnicas e legais.

23.6. A restrição à participação de consórcios está em **plena conformidade com os princípios da legalidade, eficiência, isonomia, responsabilidade, economicidade, transparência e interesse público**, assegurando que a **Secretaria Municipal da Casa Civil da Prefeitura de Rio Branco** possa contratar serviços de publicidade institucional com **impacto, coerência, segurança jurídica e excelência técnica**, especialmente no atendimento às campanhas de utilidade pública, como as voltadas das ações e decisões da Prefeitura de Rio Branco, por meio da Secretaria Municipal da Casa Civil (SMCC) e demais ações estratégicas de comunicação governamental, junto à população.

24. DO PLANO DE CONTRATAÇÃO ANUAL

Em conformidade com o planejamento institucional da Administração Pública Municipal, a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade encontra-se devidamente prevista no Plano de Contratações Anual (PCA) para o exercício de 2025.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

Trata-se de uma demanda contínua e estratégica, voltada à comunicação das ações, programas e decisões da Prefeitura de Rio Branco, por meio da Secretaria Municipal da Casa Civil (SMCC), com a população. A medida visa garantir a transparência e o cumprimento do princípio da publicidade, nos termos do art. 37 da Constituição Federal.

25. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

25.1. Poderão participar desta licitação as empresas legalmente constituídas no país, operando nos termos da legislação vigente, cuja finalidade e o ramo de atuação sejam, comprovadamente, compatíveis com o objeto desta licitação e que atendam integralmente às condições deste Termo de referência e seus Anexos.

25.2. A licitante assume todos os custos de preparação e apresentação dos Documentos de Habilitação e Propostas exigidos nesta concorrência, ressaltado que a **PREFEITURA DE RIO BRANCO** não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório;

25.3. A participação nesta licitação implica na aceitação integral e irrestrita das condições estabelecidas neste Termo de Referência e seus Anexos tais como:

- a) A confirmação de que recebeu da **Comissão Permanente de Licitação** o invólucro nº 1, conforme previsto no subitem 25.1.3, e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência;
- b) A aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos;
- c) A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

25.4. Não será admitida a participação de pessoas jurídicas:

25.4.1. Em processo de recuperação judicial ou falência, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação;

25.4.2. Que por qualquer motivo tenham sido consideradas inidôneas por qualquer órgão da Administração Pública, direta ou indireta, Federal, Estadual ou Municipal, ou punidas com suspensão do direito de licitar e contratar com qualquer um destes órgãos.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO**

25.4.3. Estrangeiras.

25.4.4. Que se apresentem sob a forma de consórcio.

25.4.5. Nenhum licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

26. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

26.1. Para comprovar a representação legal, a pessoa indicada entregará, juntamente com seu documento de identidade de fé pública:

a) Procuração ou documento equivalente da licitante, com firma reconhecida, com poderes específicos para participar da Licitação, inclusive para renunciar ao direito de interpor recursos, e deles desistir, bem como para os demais atos inerentes ao certame licitatório;

b) Se representante legal, Contrato Social, Estatuto ou Ata de Eleição do dirigente da licitante.

26.2. 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;

26.3. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnicas e Proposta Comercial credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento;

26.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e Proposta Comercial por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros na data, hora e local indicados no Edital;

26.5. A licitante que for participar na condição de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte deverá apresentar a DECLARAÇÃO nos termos do modelo do **Anexo V** deste Termo de Referência de enquadramento como MICROEMPRESA ou EMPRESA DE PEQUENO PORTE.

26.6. Nenhum interessado poderá participar da presente licitação representando mais de uma Licitante.

27. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

27.1. A Proposta Técnica deverá ser apresentada à Comissão Permanente de Contratação, condicionada nos envelopes nº 1, nº 2 e nº 3, na forma a seguir discriminada:

ENVELOPE Nº 1

27.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

27.1.2. O Envelope nº 1, Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente acondicionado no invólucro padronizado fornecido pela Comissão Permanente de Licitação.

27.1.3. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela agência junto ao Setor de Licitações da Comissão Permanente de Licitação – CPL, **Rua Alvorada, 281 – 2º andar – Bairro: Bosque - CEP: 69.900-664**, de segunda à sexta-feira, no horário das 7h30 às 13h30. (Horário Local).

27.1.4. O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

27.1.5. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

27.1.6. Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

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

ENVELOPE Nº 2

27.2. No envelope nº 2 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária**. Via identificada.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

27.2.1. O envelope número dois deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Envelope nº 2

Proposta técnica: Plano de comunicação publicitária - Via identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Nº XXXX/2025

27.2.1.1. O envelope nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

ENVELOPE Nº 3

27.3. No envelope nº 3 deverá estar acondicionado a **Capacidade de Atendimento, o Repertório, e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.**

27.3.1. O envelope nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte informação:

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Nº

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

27.3.1.2. O envelope nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação de autoria

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

deste antes da abertura do Envelope nº 2.

28. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

28.1. A Comissão Permanente de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no Invólucro nº 1 fornecido obrigatoriamente pela Comissão Permanente de Licitação - CPL, a pedido da licitante interessada na presente licitação. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

Quesitos	
1. Plano de Comunicação Publicitária	
Subquesito	1. Raciocínio Básico
Subquesito	2. Estratégia de Comunicação Publicitaria
Subquesito	3. Ideia Criativa
Subquesito	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
Subquesito	1. Clientes
Subquesito	2. Profissionais
Subquesito	3. Infraestrutura
Subquesito	4. Sistemática de Atendimento
Subquesito	5. Informações de Marketing
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

28.2. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, admitindo-se o uso de expressões técnicas de uso corrente, com clareza, coerência, e sem emendas, rasuras ou entrelinhas.

28.2.1 A proposta será apresentada em três vias distintas, sendo duas destinadas ao Plano de Comunicação Publicitária (via identificada e via não identificada), e uma destinada ao conjunto de documentos referentes à qualificação técnica da licitante, conforme disposto nos itens anteriores.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

28.2.2. O Plano de Comunicação Publicitária será apresentado:

- a) Em uma via sem qualquer identificação da licitante, acondicionada no Envelope nº 1;
- b) Em uma via identificada com nome empresarial e CNPJ da licitante, acondicionada no Envelope nº 2.

28.2.3. Os documentos constantes da proposta técnica deverão ser impressos em papel A4, em idioma oficial do Brasil, redigidos em linguagem formal e assinados, quando aplicável, por representante legal da licitante.

28.2.4. Todo o conteúdo da proposta técnica deverá guardar coerência entre as peças apresentadas, as soluções propostas, os objetivos da campanha e os critérios estabelecidos no edital para julgamento técnico.

28.2.5. A proposta técnica não poderá conter qualquer informação que permita identificar, direta ou indiretamente, a autoria da proposta no Envelope nº 1, sob pena de desclassificação.

28.2.6. A licitante deverá observar rigorosamente os critérios técnicos estabelecidos neste edital para a elaboração da proposta, incluindo fundamentação estratégica, adequação de linguagem, criatividade, originalidade, viabilidade e efetividade da solução apresentada.

28.3. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá observar as seguintes orientações:

- a) Em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato, sem termo de abertura e encerramento ou índice;
- d) Espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas, além de 4 cm na borda superior;
- e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados as referências deste termo;
- i) Numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) Sem identificação da licitante.
- k) É permitido fonte em negrito para Títulos e Entretítulos e para alguns destaques no texto;

28.3.1. As especificações do item 28.3 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do subitem 28.5.11 e à indicação prevista no subitem 28.5.19.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

28.4. Os subquestos **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) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte ‘arial’, cor preta, tamanho ‘10 pontos
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 28.5.5, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4;
 - c2) impressas na orientação paisagem.

28.5. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto **Estratégia de Mídia e Não Mídia** poderão:

- I - ser editados em cores;
- II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

28.5.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

28.5.2. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto **Ideia Criativa** serão apresentados separadamente do caderno de que trata o **subitem 26.5.11**

28.5.3. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1.

28.5.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal,

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

28.5.5. Os textos do **Raciocínio Básico**, da **Estratégia de Comunicação Publicitária** e da relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 27.1.6 estão limitados, no conjunto, a 10 páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

28.5.6. Os textos da **Estratégia de Mídia e Não Mídia** não tem limitação quanto ao número de páginas.

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

28.5.8. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

28.5.9. Essas páginas não serão computadas no limite de página e devem seguir as especificações do item 28.3, no que couber.

28.5.10. O **Plano de Comunicação Publicitária** – Via Não Identificada, composto dos subquestos **Raciocínio Básico**, **Estratégia de Comunicação Publicitária**, **Ideia Criativa** e **Estratégia de Mídia e Não Mídia** deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo II), observadas as seguintes disposições:

28.5.10.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da **PREFEITURA DE RIO BRANCO** para alcançar os objetivos ou solucionar o problema específico de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os objetivos ou o problema específico de comunicação a ser enfrentado.

28.5.10.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios, ou o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os objetivos específicos, de comunicação 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;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

ou ferramentas utilizar.

28.5.11. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com comentários sobre cada peça e ou material

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação e alcançar os objetivos específicos de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

28.5.12. Os comentários mencionados na alínea ‘a’ do subitem 28.5.11 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.

28.5.13. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada, deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

28.5.14. Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea ‘b’ do subitem 28.5.11:

a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b2) protótipo ou ‘monstro’, para peças destinadas a rádio e internet;

b3) *storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

28.5.15. Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

28.5.16. Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou ‘monstros’ poderão ser apresentados em pen drive ou cartão de memória, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

28.5.17. Os protótipos ou ‘monstros’ de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

28.5.18. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *pass-partout*. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

28.5.19. Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta, exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, ‘monstro’ internet destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem **28.5.11**.

28.5.20. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas ‘fisicamente’, até o limite de que trata a alínea ‘a’ do subitem 28.5.14, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- c) 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), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

28.5.21. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea ‘g’ do subitem 28.5.20, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

28.5.22. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a **Estratégia de Comunicação Publicitária** proposta, contemplando:

a) apresentação em que a 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 II**), sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinado a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias e demais informações que a licitante considerar relevantes;

28.5.23. Todas as peças e material que integrem a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 28.5.11 deverão constar dessa simulação.

28.5.24. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças e ou material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO**

28.5.25. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

28.5.26. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea ‘a’ do subitem 26.5.25 devem ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

29. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

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

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

30. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

30.1. A 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 da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

30.2. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 28.1 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

30.3. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 25.1.6 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 Invólucro nº 2.

30.4. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará sem limitação do número de páginas:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando- se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, produção gráfica, mídia e atendimento, que atenda no mínimo as exigências abaixo:
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Anunciante sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

31. REPERTÓRIO

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

31.1.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 29.1 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

31.1.2. 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 Invólucro nº 2.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO**

31.1.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

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

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

31.2.2. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de Janeiro de 2015.

31.2.3. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em mídia CD, DVD, pen drive ou cartão de memória, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 29.1. ou ser apresentadas soltas.

31.2.4. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 29.1, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

31.2.5. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

31.2.6. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 29.2.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 34.3.1.

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

31.3.1. As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela **PREFEITURA DE RIO BRANCO**.

32. RELATOS DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:

32.1. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

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 da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

32.1.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 30.1 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 30.2, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

32.1.2 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 Invólucro nº 2.

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

I - será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II - deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pela **PREFEITURA DE RIO BRANCO**;

IV - deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

32.3. A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

32.4. Os Relatos de que trata o subitem 30.2. devem ter sido implementadas a partir de Janeiro de 2015.

32.5. É permitida a inclusão de até 05 peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD, DVD, pen drive ou cartão de memória, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 30.1 ou ser apresentadas soltas;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 30.1, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

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

32.6. Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

32.7. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no subitem 34.3.1.

33. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

33.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação – CPL/PMRB, na sala de reunião, localizada na **Rua Alvorada, 281 – 2º andar – Bairro: Bosque - CEP: 69.900-664** acondicionada no Invólucro nº 4.

Invólucro nº 4

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

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

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

34. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

34.1. Serão realizadas 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste edital e na legislação, das quais serão lavradas as atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da CPL e pelos representantes das licitantes presentes.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

34.2. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de **documento hábil, conforme estabelecido no item 24 deste Termo de referência.**

34.3. Os representantes das licitantes presentes poderão sortear ou nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

34.4. A CPL e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da Prefeitura de Rio Branco – Acre, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência.

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

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

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

34.8. Qualquer tentativa de licitante influenciar a CPL ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

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

Primeira Sessão

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

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 12 deste edital;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste edital.

34.12. O Envelope nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela CPL se não:

- a) Estiver identificado;
- b) Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Envelope nº 2;
- c) Seja danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Envelope nº 2.

34.13. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 32.12, a CPL não receberá o Envelope nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

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

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da CPL, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) Retirar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
- c) Abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) Informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma definida no edital.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO**

34.15. A CPL, antes do procedimento previsto na alínea ‘b’ do subitem 32.14, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada.

34.16. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Especial ou Permanente de Licitação.

34.17. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a CPL e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a CPL desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

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

34.19. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela CPL.

34.20. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela CPL na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 32.22 e seguintes.

34.21. Caso haja manifestação expressa de intenção de interpor recurso por parte de qualquer licitante em face das decisões da Comissão Permanente de Licitação (CPL) proferidas na primeira sessão, será divulgado o resultado na forma estabelecida no edital, com a devida comunicação de que as licitantes serão oportunamente convocadas para a realização da próxima sessão. Na ocasião, será aberto o prazo para apresentação dos recursos, nos termos do edital e da legislação vigente.

Segunda Sessão

34.22. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a CPL convocará as licitantes, na forma disposto no Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

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

b) abrir os Invólucros nº 2;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 32.3 quando for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma definida no edital, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no edital e legislação vigente.

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

Terceira Sessão

34.24. Não sendo interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL convocará as licitantes, na forma do edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço, nos termos do item 36 e subitens, e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO**

f) verificar se alguma licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica apresentou a Proposta de menor preço e efetuar com as que não tenham apresentado a negociação prevista no art. 61 da Lei 14.133/2021, nos termos da Proposta de menor preço;

g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame;

h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto neste termo de referência e edital, a licitante que:

h1) tenha sido mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica; e

h2) tenha individualmente apresentado a Proposta de menor preço, conforme disposto no item 36, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no art. 61 da Lei nº 14.133/2021;

i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma descrita neste edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no edital.

Quarta Sessão

34.25. Não sendo interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL convocará as licitantes, na forma definida no edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste edital e na legislação em vigor;

e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

f) informar:

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO**

f1) o resultado da habilitação;

f2) que o resultado da habilitação será publicado na forma definida no edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165 da Lei nº 14.133/2021;

f3) que será publicado na forma definida deste Termo e Edital o nome da licitante vencedora desta Concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

35. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

35.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

I - apresentada:

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

b) datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

II - elaborada observando as informações constantes, conforme Modelo de Proposta de Preços, **(ANEXO VIII)**, deste Termo de referência.

35.2. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação.

35.3. Os percentuais referentes a reutilização de peças (direitos autorais) a que se referem os incisos I e II do subitem 2.1 do Modelo de Proposta de Preços, Anexo II, deste Termo de referência, não poderão ser superiores a 70% (setenta por cento).

35.4. A tabela referencial de preços para a formação da proposta de preços deverá ser a do ANEXO XI deste Termo de Referência disponibilizada pela FENAPRO, exclusiva para o Estado de Acre, não sendo aceita proposta com referências às tabelas de outros estados.

36. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

36.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

condições estabelecidas neste Termo de referência e em seus anexos, onde atribuirá notas com embasamentos técnicos e comentários claros sobre cada nota atribuída, levando em consideração as informações contidas no Brienfing Anexo II deste Termo de referência.

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

36.2.1. Quesito 1. Plano de Comunicação Publicitária

36.2.1.1. Subquesito

1. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

a) das funções e do papel da **Secretaria Especial de Comunicação/Secretaria Municipal da Casa Civil** nos contextos social, cultural, político e econômico;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da **Secretária Especial de Comunicação/SECOM Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC** com seus públicos;

c) das características da **Secretaria Especial de Comunicação - SECOM Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC** e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;

e) dos desafios e do problema específico de comunicação a ser enfrentado pela **Secretária Especial de Comunicação - SECOM Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC**

f) das necessidades de comunicação da **Secretaria Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC**, para enfrentar esses desafios e problemas.

36.2.1.2. Subquesito 2. Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da **Secretaria Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC**, e a seus desafios e problema específico de comunicação;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

- 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 **Secretaria Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC**, com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios e do problema específico de comunicação da **Secretaria Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC**, a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a **Secretaria Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC**, seus desafios e do problema específico de comunicação, seus públicos, os objetivos específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

36.2.1.3. Subquesto 3. Ideia Criativa

- a) sua adequação aos desafios e ao problema específico de comunicação da **SECRETARIA Secretaria Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC**;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela 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 simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da **Secretaria Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC**, e à sua inserção nos contextos social, cultural, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

i) a exequibilidade das peças e ou do material;

j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

36.2.1.4. Subquesto 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da **Secretaria Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC**;

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;

f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

36.2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

a. Subquesto 1 – Clientes: o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

b. Subquesto 2 – Profissionais: a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da **Secretaria Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC**;

c. Subquesto 3 – Infraestrutura: a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da **Secretaria Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC**, na execução do contrato;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

d. Subquesto 4 – Sistemática de Atendimento: a funcionalidade do relacionamento operacional entre a Secretaria Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC, e a licitante;

e. Subquesto 5 – Informações de Marketing: a relevância e utilidade das informações de *marketing* e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Secretaria Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC,

36.2.3. Quesito 3. Repertório

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

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

c) a clareza da exposição das informações prestadas;

36.2.4. Quesito 4. Relatos de soluções de problemas de comunicação

a) a evidência de planejamento publicitário;

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

c) a relevância dos resultados apresentados;

d) a concatenação lógica da exposição.

36.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

Quesitos	Pontuação máxima
1. Plano de Comunicação Publicitária	65
Subquesto 1. Raciocínio Básico	5

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

Subquestito	2. Estratégia de Comunicação Publicitária	20
Subquestito	3. Ideia Criativa	25
Subquestito	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
2. Capacidade de Atendimento		25
Subquestito	1. Clientes	04
Subquestito	2. Profissionais	08
Subquestito	3. Infraestrutura	09
Subquestito	4. Sistemática de Atendimento	02
Subquestito	5. Informações de Marketing	02
3. Repertório		05
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		05
Pontuação total		100

36.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

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

36.3.2.2. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquestito, 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 ou subquestito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

36.3.3. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos. pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

36.3.4. Serão classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem pontuação, observado o disposto nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 34.4. Na fase de julgamento da Proposta Técnica, será considerada mais bem classificada a licitante que obtiver a maior pontuação, conforme os critérios estabelecidos neste Termo de Referência, observando-se o disposto nos subitens 34.3. e 34.3.1 As demais

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

licitantes que obtiverem nota igual ou superior a 80% da pontuação máxima serão classificadas em ordem decrescente de pontuação

36.4. Será desclassificada a Proposta que:

a) não atender às exigências do presente Termo de referência e de seus anexos;

b) não alcançar, no total, 80 pontos;

c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os itens e subitens 34.2.1.1 / 34.2.1.2 / 34.2.1.3 / 34.2.1.4 / 34.2.2 / 34.2.3 e 34.2.4

36.5. Em caso de empate serão consideradas como classificadas as licitantes que tiverem obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens e subitens 34.2.1.1 / 34.2.1.2 / 34.2.1.3 / 34.2.1.4 / 34.2.2 / 34.2.3 e 34.2.4

36.6. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, obrigatoriamente, será feito sorteio para a escolha da vencedora, em ato público, na presença das Licitantes empatadas, para o qual todas as Licitantes serão convocadas.

37. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

37.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

37.3. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo VIII:

a) percentual de desconto de **15,375% (quinze vírgula trezentos e setenta e cinco por cento)**, a ser concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na Tabela Referencial de Preços indicada pela Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

b) percentual de honorários de **9,625% (nove vírgula seiscentos e vinte e cinco por cento)** incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei no 4.680, de 1965

c) percentual de honorários de **9,250% (nove vírgula duzentos e cinquenta por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da 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, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

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 art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários de **19,750% (dezenove vírgula setecentos e cinquenta por cento)**, das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias cuja incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

38. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

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

38.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

38.3 Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação – CPL/xxx considerará o preço por extenso.

38.4 Será desclassificada a licitante que apresentar percentuais superiores ou inferiores aos constantes no subitem 2.2

38.5 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo **técnica e preço**.

39. HABILITAÇÃO

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO**

39.1. Documentação relativa à Habilitação Jurídica, que consistirá em:

- a. Registro comercial (CRC), no caso de empresa individual e alterações;
- b. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedade comercial, no caso de sociedade por ações, acompanhado de eleição de seus administradores e alterações se houver;
- c. Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade civil, no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas e/ou Junta Comercial de sua sede, acompanhado de prova de diretoria em exercício.
- d. Comprovação da autorização de funcionamento (alvará) da empresa participante da licitação, com data de validade vigente ou juntamente com o comprovante de pagamento da taxa pertinente ao exercício corrente;

39.2. Documentação relativa à Regularidade Fiscal que consistirá em:

- a. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;
- b. Prova de inscrição no Cadastro de Contribuinte Estadual, se houver, relativo ao domicílio ou à Sede do Contratante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c. Prova de regularidade com a FAZENDA ESTADUAL;
- d. Prova de regularidade com a FAZENDA MUNICIPAL;
- e. Comprovação de regularidade com a Fazenda Federal, através da apresentação da CERTIDÃO DE DÉBITOS RELATIVOS AOS TRIBUTOS FEDERAIS E À DIVIDA ATIVA DA UNIÃO;
- f. Certificado de Regularidade do FGTS, expedido pela Caixa Econômica Federal, conforme alínea "a" do artigo 27 da Lei nº. 8.036/90, devidamente atualizado;
- g. Certidão negativa de débitos trabalhistas - CNDT, conforme Lei nº. 12.440/11, devidamente atualizada.

39.3. Todos os documentos emitidos via INTERNET (Rede Mundial de Computadores) serão submetidos à

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

autenticidade através do endereço eletrônico correspondente;

- a. prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional, atualizada na data
- b. prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);
- c. prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943
- d. prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do fornecedor
- e. Certidão negativa Quanto a Dívida Ativa – PGM Acre
- f. Consulta Optantes
- h. Prova de regularidade junto à Fazenda Estadual, através da Certidão Negativa conjunta junto aos Tributos Estaduais, emitida pela Secretaria da Fazenda Estadual onde a empresa for sediada;

39.4. Comprovação de que não consta sanção aplicada ao fornecedor, cujos efeitos torne-o proibido de celebrar contrato administrativo e alcance a Administração contratante, mediante apresentação de certidões expedidas nos seguintes cadastros: (art. 91, § 4º da LF nº 14.133/2023 e art. 337-M do Decreto-Lei nº 2.848/1940);

a- Cadastro de Empresas Inidôneas do Tribunal de Contas da União, acessível em:
<https://contas.tcu.gov.br/ords/f?p=INABILITADO:INIDONEOS>

b- Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), acessível em:
<https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta?cadastro=2&ordenarPor=nomeSancionado&direcao=asc>

c- Cadastro de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), acessível em:
<https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta?cadastro=1&ordenarPor=nomeSancionado&direcao=asc>

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

d- Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF como impedidas ou suspensas, acessível em: <https://www3.comprasnet.gov.br/sicaf-web/public/pages/consultas/consultarRestricaoContratarAdministracaoPublica.jsf>

e- Cadastro Nacional de Condenações Civis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade, supervisionado pelo Conselho Nacional de Justiça, acessível em: http://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php

39.5. SICAF Unificado, CERTIFICADO DE REGISTRO Cadastral e qualificação técnica (SICAF Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores. É a porta de entrada dos fornecedores que desejam vender para o governo. Além disso, o SICAF é o registro cadastral único que os agentes públicos utilizam para a análise da habilitação jurídica, regularidade fiscal e qualificação econômico-financeira dos fornecedores que participam das licitações governamentais. No SICAF também são registradas eventuais ocorrências, advertências, multas ou impedimentos de licitar / contratar) <https://www.gov.br/compras/pt-br/sistemas/conheca-o-compras/conheca-o-compras>

- a. Sintegra
- b. Declaração estabelecida na Lei Federal nº 9.854/99
- c. cadastro Nacional da p. Jurídica /quadro de sócios e administradores
- d. Consulta sobre tributos de ICMS / ISS

39.6. Documentação relativa à Qualificação Econômico-Financeira:

a) Certidão Negativa de Falência ou Concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica há menos de 90(noventa) dias da data para apresentação da documentação, exceto quando dela constar o prazo de validade.

b) Balanço Patrimonial de Demonstrações Contábeis do último exercício social, exigíveis e apresentados na forma da Lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, sendo vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais, na hipótese de encerrados há mais de três (03) meses da data da apresentação da proposta;

b.1) As empresas recém-constituídas que não completaram um exercício financeiro deverão apresentar Balanço Patrimonial e Demonstração Contábil de abertura assinados por profissional legalmente habilitado;

Balanço patrimonial qualificação Econômica- Financeiro do exercício de 2024.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

b.2) A partir do Balanço Patrimonial, serão calculados: Índice de Liquidez Corrente (ILC) e Índice de Liquidez Geral (ILG), obtidos pelas fórmulas:

$$ILC = AC : PC \quad ILG = AC + RLP : PC + ELP$$

AC = Ativo Circulante PC = Passivo Circulante

RLP = Realizável a longo prazo

ELP = Exigível a Longo Prazo

b.3) Serão julgados habilitados as empresas que atenderem todas às exigências do subitens 37.1, 37.2, 37.3, 37.4, 37.5 e 37.6, demonstrando capacidade jurídica, regularidade fiscal e qualificação técnica – financeira e apresentem no (ILC) e (ILG) como resultado um valor maior ou igual a (1,0).

37.5. Apresentar Capital Mínimo no valor de R\$ 1.000.000,00 (Um milhão de reais) correspondente a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, devendo a comprovação ser feita relativamente à data de apresentação da proposta, na forma da lei, admitida a atualização para esta data através de índices oficiais, conforme Art. 69, § 4º da Lei nº 14.133/21 e suas alterações.

39.6. Documentação relativa à Qualificação Técnica:

a. Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas e Padrão – CENP;

b. Apresentar **03 (três) declarações**, emitidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou serviços compatíveis com o objeto deste Termo de Referência, contemplando, no mínimo, as atividades previstas neste documento.

c. Registro da empresa na Associação Brasileira de Agências de Propaganda – ABAP ou no sindicato da Classe no Estado ou cidade da sede da empresa ou declaração da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, caso não exista sindicato de classe no Estado.

39.7. Declarações:

39.7.1. A licitante deverá incluir no Invólucro no 5 declarações de EMPREGADOR PESSOA JURÍDICA (inciso VI do art. 14 da Lei nº 14.133/21, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos);

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

39.7.2. INEXISTÊNCIA DE FATOS SUPERVENIENTES e declaração de elaboração independente de proposta, elaboradas conforme os modelos dos anexos III, IV e VI.

40. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

40.1. O valor total estimado da contratação é de R\$ 10.000.000,00 (Dez milhões de reais) para o período de 12 (doze) meses.

40.2. Se a **Secretaria Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC**, 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.

40.3. A **Secretaria Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC**, se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

41. VALORES REFERENCIAIS

a. Os valores a serem considerados para aplicação do percentual de desconto sobre os custos internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com recursos da própria Agência, serão calculados com base na Tabela Referencial de Preços indicada pela Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO para o Estado do Acre e não será acrescida de honorários nem de quaisquer encargos.

b. A CONTRATANTE pagará à Agência honorários sobre os serviços e suprimentos externos (fornecimento de bens e/ou serviços) e terão seus custos orçados junto à fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo CONTRATANTE, nos termos do item 2.2 (ANEXO III) das NORMAS-PADRÃO DE ATIVIDADE PUBLICITÁRIA do Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP

41.1. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 2.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo II.

a) percentual de desconto de **15,375% (quinze vírgula trezentos e setenta e cinco por cento)**, a ser concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na Tabela Referencial de Preços indicada pela Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO;

b) percentual de honorários de **9,625% (nove vírgula seiscentos e vinte e cinco por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei no 4.680, de 1965.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

c) percentual de honorários de **9,250% (nove vírgula duzentos e cinquenta por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da 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, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

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 art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários de **19,750% (dezenove vírgula setecentos e cinquenta por cento)**, das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias cuja incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

42. VALOR E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

42.1. O valor global da contratação decorrente deste Termo de Referência está estimado em R\$ 10.000.000,00 (Dez milhões de reais) pelos primeiros 12 (doze) meses.

42.2. As despesas com o contrato resultante da presente contratação, correrão à conta dos recursos consignados no Orçamento da **PREFEITURA DE RIO BRANCO / SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL - SMCC** à conta da dotação orçamentária adiante especificada:

42.3. A necessidade de contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade visa atender à demanda contínua de comunicação das ações e decisões da Prefeitura de Rio Branco, por meio da Secretaria Municipal da Casa Civil (SMCC), junto à população. Tal contratação se dá em observância ao princípio da publicidade e está prevista no Plano de Contratações Anual (PCA) de 2025.

Programa de Trabalho	Natureza da Despesa	Fonte de Recurso	Valor da despesa R\$
-----------------------------	--------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

01.006.001.04.131.0404.2113.000 (Divulgação dos Atos de interesse do Município)	3.3.90.39 (outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica)	2500 (recurso não vinculados a Impostos)	10.000.000,00 (dez milhoes de reais)
---	--	--	---

43. LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

43.1. As partes se obrigam a cumprir a Lei Geral de Proteção de Dados - Lei nº 13.709/2018, no que for cabível em face do objeto deste contrato, em especial a:

43.1.1. guardar sigilo quanto aos dados pessoais aos quais eventualmente tenham acesso em razão da execução do objeto deste contrato;

43.1.2. tratar os dados pessoais recebidos de acordo com a finalidade da contratação, de modo legítimo e lícito, entendendo-se por tratamento de dados os atos que se refiram a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração de dados;

43.1.3. garantir ao titular de dados a consulta gratuita e facilitada aos seus dados pessoais, bem como a forma, duração e finalidade do tratamento;

43.1.4. não utilizar os dados pessoais recebidos ou tratá-los com fins discriminatórios, ilícitos, abusivos ou para finalidade distinta da contratação;

43.1.5. fazer uso somente dos dados pessoais que forem imprescindíveis à execução do objeto;

43.1.6. adotar todas as medidas previstas em lei para evitar o vazamento de dados pessoais que receber ou o acesso por pessoal não autorizado;

43.1.7. em caso de vazamento de dados pessoais, adotar as providências necessárias para mitigar as consequências do dano, informando ao contratante, no prazo de até 48 (quarenta e oito) horas:

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO

- a) a descrição da natureza dos dados pessoais afetados;
- b) as informações sobre os titulares envolvidos;
- c) a indicação das medidas técnicas e de segurança utilizadas para a proteção dos dados, observados os segredos comercial e industrial;
- d) os riscos relacionados ao incidente;
- e) os motivos da demora, no caso de a comunicação não ter sido imediata; e
- f) as medidas que foram ou que serão adotadas para reverter ou mitigar os efeitos do prejuízo.
- g) demonstrar, sempre que solicitado, a adoção de medidas eficazes para comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados;

43.1.8. demonstrar, sempre que solicitado, a adoção de medidas eficazes para comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados;

43.1.9. utilizar medidas técnicas e organizacionais de modo a proteger os dados pessoais de tratamento não autorizado;

43.1.10. armazenar os dados somente pelo período necessário para cumprir as obrigações contratuais e legais;

43.1.11. apagar todos os dados pessoais quando solicitado pelo contratante ou, não sendo possível, justificar com a base legal ou contratual a retenção dos dados;

43.1.12. anonimizar os dados pessoais quando solicitado pelo contratante, ou, não sendo possível, justificar com a base legal ou contratual; e

43.1.13. não compartilhar com terceiros, em hipótese alguma, os dados pessoais que receber em decorrência do contrato.

43.2. O contratado ficará obrigado a reparar os danos patrimoniais ou morais, individuais ou coletivos, que sua ação ou omissão, no exercício da atividade de tratamento de dados pessoais relativas a este contrato, em violação à legislação de proteção de dados pessoais, causarem ao contratante ou a terceiros, sem prejuízo das demais sanções contratuais.

44. DA DISPOSIÇÕES ANTICORRUPÇÃO

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO**

44.1 Na forma da Lei Federal nº 12.846/2013, regulamentada pelo Decreto Municipal nº 948/2014, para a execução deste contrato, nenhuma das partes poderá oferecer, dar ou se comprometer a dar a quem quer que seja, ou aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto através de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou não financeiras ou benefícios de qualquer espécie que constituam prática ilegal ou de corrupção sob as leis de qualquer país, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto deste contrato, ou de outra forma que não relacionada a este contrato, devendo garantir, ainda, que seus prepostos e colaboradores ajam da mesma forma e observando sempre a legislação pertinente.

45. CASOS OMISSOS

45.1 Aos casos omissos aplicar-se-ão as demais disposições constantes da Lei nº 14.133/2021 e decreto 400/2023, e subsidiariamente, as disposições contidas na Lei nº 8.078, de 1990 - Código de Defesa do Consumidor com suas posteriores alterações e legislação correlata.

46. RESPONSÁVEL PELA APROVAÇÃO

Rio Branco-AC, 03 de setembro de 2025.

Elaborado por

Ailton Antônio Oliveira de Freitas

Secretário Especial de Comunicação

Decreto nº 023/2025

Carlos Alberto Alves Nasserala

Diretor de Gestão Administrativa e Financeira

Decreto nº 782/2025

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA/PROJETO BÁSICO**

Autorizado por

Valtim José da Silva

Secretário da Casa Civil
Prefeitura de Rio Branco / Acre

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO II – BRIEFING

BRIEFING

Prefeitura Municipal de Rio Branco – Acre
SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL - SMCC
COORDENADORIA DE LICITAÇÕES
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES - CPL
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XXX/2025

Objeto: Contratação de agência para prestação de serviços de publicidade institucional e educativa.

Tipo: TÉCNICA E PREÇO

1. SITUAÇÃO GERAL DE RIO BRANCO – CAPITAL DO ACRE

A comunicação pública da Prefeitura de Rio Branco é mais que um instrumento de divulgação institucional é uma ponte direta entre o cidadão e o poder público. Fundamentada nos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, nossa comunicação tem como norte a transparência, o acesso à informação e a valorização da participação social.

A nova gestão municipal assume o compromisso de comunicar com verdade, escutar com atenção e agir com responsabilidade, guiada pelos pilares de **Produção, Tecnologia, Emprego e Dignidade**, que orientam todas as ações do governo e refletem a visão de um futuro mais justo, moderno e humano para a capital acreana.

Vivemos em um tempo em que informar com clareza é um dever e um compromisso com a democracia. Por isso, cada mensagem, campanha ou canal de atendimento da Prefeitura busca não apenas relatar ações de governo, mas também promover o entendimento da população sobre seus direitos, deveres e os caminhos para exercer plenamente a cidadania.

Nossos compromissos com a comunicação pública são:

- Garantir à população o acesso direto e transparente às informações sobre programas, serviços e decisões da gestão municipal;
- Valorizar o diálogo com os diversos segmentos sociais, ouvindo suas demandas e estimulando sua participação na construção das políticas públicas;
- Traduzir a linguagem institucional em mensagens acessíveis, compreensíveis e úteis para a vida do cidadão;
- Fortalecer o sentimento de pertencimento e identidade com a cidade, promovendo a imagem de Rio Branco como uma capital viva, inclusiva e em desenvolvimento;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO II – BRIEFING

- Contribuir para uma cultura de responsabilidade social, cidadania ativa e controle democrático das ações do poder público.

A Prefeitura de Rio Branco entende que comunicar é servir. E servir bem é informar com verdade, escutar com respeito e agir com coerência.

Rio Branco é de todos. E cada cidadão merece saber como ela está sendo construída, todos os dias.

Rio Branco, capital do Acre, destaca-se como o principal centro administrativo, político, econômico e cultural do estado. Segundo o Censo Demográfico de 2022 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a cidade possui uma população de 364.756 habitantes, sendo o município mais populoso do Acre e ocupando a 70ª posição entre os 5.570 municípios brasileiros em termos populacionais. [Cidades IBGE](#)

A densidade demográfica de Rio Branco é de 41,28 habitantes por quilômetro quadrado, distribuídos em uma área territorial de 8.834,942 km². Esse crescimento populacional reflete o processo contínuo de urbanização e desenvolvimento que a cidade vem experimentando nas últimas décadas. [Cidades IBGE+1](#)

A cidade tem passado por um processo de transformação urbana, com investimentos significativos em infraestrutura, mobilidade, urbanização, segurança e lazer. Essas iniciativas visam melhorar a qualidade de vida da população e promover o desenvolvimento sustentável da capital acreana.

A gestão municipal atual está comprometida com os pilares de **Produção, Tecnologia, Emprego e Dignidade**, buscando alinhar políticas públicas que impulsionem o crescimento econômico, a inovação tecnológica, a geração de empregos e a promoção da dignidade para todos os cidadãos.

Com foco nos pilares estratégicos de **Produção, Tecnologia, Emprego e Dignidade**, a Prefeitura de Rio Branco tem implementado um conjunto robusto de ações estruturantes que vêm transformando a realidade dos bairros urbanos, comunidades rurais e áreas centrais da capital. Trata-se de uma gestão que alia planejamento, transparência e compromisso social para garantir avanços concretos na qualidade de vida da população.

Entre os destaques dessa transformação, podemos citar:

- **Elevados da AABB e Dias Martins** – Obras de mobilidade urbana que trazem fluidez ao trânsito, aumentam a segurança viária e melhoram a logística de deslocamento da população;
- **Iluminação pública 100% LED** – Iniciativa que reduziu custos energéticos, aumentou a sensação de segurança e fortaleceu o compromisso com a sustentabilidade ambiental;
- **Revitalização de Parques Urbanos** – A entrega de espaços como o **Parque Ambiental Chico Mendes** e o **Horto Florestal** reafirma o investimento em lazer, cultura, meio ambiente e convívio social;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO II – BRIEFING

- **Programa Asfalta Rio Branco** – Expansão e recuperação da malha viária urbana e rural, com obras de asfaltamento que garantem mais acessibilidade, conectividade e dignidade para todos os cidadãos;
- **Ações na zona rural** – Manutenção e abertura de ramais, construção de pontes e suporte à produção agrícola promovem o desenvolvimento sustentável das regiões mais afastadas;
- **Reformas e investimentos em saúde e educação** – Ampliação de unidades básicas de saúde, melhorias em escolas e valorização do serviço público asseguram atendimento mais humanizado e eficiente.

Além dessas iniciativas em curso, destacam-se projetos em execução que comprovam o ritmo acelerado do desenvolvimento urbano e social da cidade:

- **Construção da Ponte sobre o Igarapé da Judia** – Com 88 metros de extensão e 10,40 metros de largura, essa importante ligação na Avenida Ceará vai beneficiar diretamente bairros como Canaã e Belo Jardim, garantindo acessibilidade e segurança;
- **Construção da Indústria de Leite de Soja (Vaca Mecânica)** – Uma iniciativa voltada à segurança alimentar e à geração de empregos, com impacto positivo direto nas famílias mais vulneráveis;
- **Revitalização da Via Chico Mendes** – Modernização de um dos principais corredores viários da capital, com foco em segurança e mobilidade urbana.

Todas essas ações podem ser acompanhadas com transparência e em tempo real por meio do portal oficial **De Olho na Obra**, que disponibiliza mapas interativos, câmeras, dados atualizados e detalhes técnicos de cada intervenção pública:

<https://deolhonaobra.riobranco.ac.gov.br>

Rio Branco está em movimento. A cidade cresce com responsabilidade, inclusão e inovação – transformando desafios em oportunidades e garantindo um futuro mais digno para todos.

Essas ações contribuem para a imagem de uma cidade moderna, organizada e preparada para o futuro — e esse **futuro já começou**.

2. A CAMPANHA

Espera-se que seja apresentada uma campanha de **caráter institucional**, capaz de expressar a relevância e a abrangência do papel da **Prefeitura de Rio Branco**, especialmente no contexto de uma gestão que tem como pilares a **Produção, a Tecnologia, o Emprego e a Dignidade**.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO II – BRIEFING

A campanha deve evidenciar como a atuação da Prefeitura impacta diretamente na vida da população tanto nas áreas urbanas quanto nas comunidades rurais, promovendo inclusão social, desenvolvimento econômico e qualidade de vida para todos os cidadãos.

Mais do que promover imagem, o propósito da campanha é informar com clareza e simplicidade. O conteúdo deve ser acessível, didático e envolvente, de modo a ampliar o entendimento coletivo sobre o papel e a responsabilidade da administração pública municipal no cotidiano das pessoas.

Rio Branco está em movimento.

A cidade cresce com responsabilidade, inclusão e inovação transformando desafios em oportunidades e garantindo um futuro mais digno para todos.

Prefeitura de Rio Branco – Acre
Produção, Tecnologia, Emprego e Dignidade

A licitante deverá desenvolver uma campanha que informe, engaje e desperte orgulho na população, apresentando a transformação urbana e social pela qual passa a cidade. O principal desafio é construir uma narrativa institucional que comunique esses avanços com **clareza, estratégia e responsabilidade pública**, respeitando os fundamentos legais da comunicação governamental.

Todas as ações comunicacionais devem seguir rigorosamente os **princípios da administração pública**, conforme o **art. 37 da Constituição Federal de 1988**:

- **Legalidade:** a campanha deve obedecer à legislação vigente, sem exceder os limites da publicidade institucional;
- **Impessoalidade:** a comunicação deve apresentar os feitos da gestão sem promoção pessoal de agentes públicos, preservando o interesse coletivo;
- **Moralidade:** as mensagens devem refletir ética, responsabilidade e compromisso com o bem comum;
- **Publicidade:** garantir ampla divulgação dos atos públicos, com linguagem acessível e transparência nos conteúdos;
- **Eficiência:** os recursos da campanha devem ser usados de forma estratégica e racional, visando resultados mensuráveis com impacto direto na população.

Além disso, a campanha deve ser:

- **Didática:** comunicando de forma clara e acessível as melhorias promovidas;
- **Inspiradora:** transmitindo otimismo, progresso e pertencimento;
- **Abrangente:** atingindo públicos diversos, nos centros urbanos e nas zonas rurais do município;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO II – BRIEFING

O desafio está em comunicar e **apresentar obras e políticas públicas como mensagens de impacto social**, que cheguem até o cidadão de forma respeitosa, legal e motivadora.

3. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

O desafio central da comunicação institucional da Prefeitura de Rio Branco é **apresentar com clareza, credibilidade e objetividade o novo momento vivenciado pela gestão municipal**, evidenciando o compromisso com a reconstrução administrativa, o equilíbrio das contas públicas e a entrega de serviços de qualidade para a população da zona urbana às comunidades rurais.

Desde o primeiro dia da atual gestão, a Prefeitura tem **resgatado compromissos históricos com a cidade**, muitos deles abandonados ou negligenciados por administrações anteriores. A atuação tem sido marcada por uma conduta séria, responsável e técnica, com foco na **melhoria contínua dos serviços públicos** e no fortalecimento da relação entre o poder público e a população.

Essa nova abordagem se materializa por meio de uma gestão **participativa, transparente e voltada para resultados**, que tem atuado para colocar a casa em ordem e, a partir disso, criar as condições necessárias para que Rio Branco avance em áreas essenciais como saúde, infraestrutura, educação, assistência social e mobilidade.

A Prefeitura Municipal de Rio Branco deseja uma campanha de publicidade institucional voltada à **valorização da cidade** como território em transformação, símbolo de modernização da gestão pública e **promotora da qualidade de vida da população**.

Espera-se que a campanha consiste em consolidar, perante os cidadãos, a imagem de uma **nova Rio Branco**, uma cidade que está sendo reconstruída com base em investimentos planejados, ações estruturantes e melhorias concretas, promovendo o bem-estar da população urbana e rural, ao mesmo tempo em que se posiciona como um espaço preparado para acolher e receber todos os acreanos.

A capital do Acre, além de exercer **papel estratégico** como centro administrativo, político e cultural do estado, deve ser compreendida como uma cidade viva, em movimento, que oferece oportunidades de trabalho, educação, lazer, mobilidade, assistência em saúde e serviços públicos acessíveis. Trata-se de **comunicar** que Rio Branco, hoje, reúne as condições necessárias para ser referência em **qualidade de vida, inovação urbana e organização territorial**, sendo também receptiva a quem a visita para negócios, turismo, tratamento de saúde, estudo ou participação em eventos diversos.

4. O PAPEL DA CAMPANHA INSTITUCIONAL

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO II – BRIEFING

A campanha a ser desenvolvida, deve propor **soluções criativas e eficazes** de comunicação para o seguinte cenário:

a) “Colocar a casa em ordem” é a primeira grande obra desta gestão.

É fundamental comunicar à sociedade que ações de racionalização e reestruturação administrativa são mais que ajustes burocráticos: são **medidas estruturantes** que permitirão à cidade crescer de forma equilibrada e com responsabilidade fiscal.

b) Enxugamento da máquina administrativa com foco em eficiência.

A Prefeitura de Rio Branco adotou medidas de austeridade, **reduzindo estruturas ineficientes**, cortando desperdícios e revendo contratos. Essas decisões geraram economia e **otimizaram a aplicação dos recursos públicos** em áreas como infraestrutura, saúde, segurança e geração de emprego.

c) Reorganização da gestão com foco em resultados concretos.

Com base em critérios de impacto social, resolutividade e economia, a Prefeitura tem concentrado esforços em ações que **atendam às necessidades reais da população** de forma mais ágil, próxima e transparente.

d) Investimentos diretos em áreas prioritárias.

Os recursos otimizados vêm sendo aplicados em **asfaltamento e recuperação viária**, melhoria das escolas, reforma de unidades de saúde, modernização da iluminação pública (com LED em 100% da cidade), construção de pontes e revitalização de espaços públicos como os **parques Chico Mendes e Horto Florestal**.

e) Valorização dos serviços públicos e do servidor municipal.

A Prefeitura reconhece o servidor como peça central da transformação e tem investido em **capacitação, valorização e melhores condições de trabalho** para garantir um atendimento mais humanizado e eficiente.

f) Atração de investimentos, geração de emprego e renda.

Com medidas de desburocratização e estímulo à economia local, a gestão municipal tem promovido um ambiente favorável ao empreendedorismo, **fortalecendo cadeias produtivas, promovendo inovação tecnológica e ampliando as oportunidades para os cidadãos**.

A campanha institucional deverá, portanto:

- Tornar compreensível que os investimentos públicos realizados pela Prefeitura, em infraestrutura, mobilidade urbana, iluminação, saneamento, educação, saúde, espaços públicos, habitação e zona rural, refletem diretamente na elevação da qualidade de vida dos seus cidadãos, promovendo a dignidade;
- Posicionar Rio Branco como uma cidade acolhedora, preparada para receber pessoas de todos os municípios acreanos, sejam elas turistas, pacientes do sistema de saúde, empreendedores ou estudantes, reforçando sua vocação de centro regional de conexões, serviços e vivências;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO II – BRIEFING

- Reforçar o sentimento de pertencimento, orgulho e valorização da identidade local;
- Apresentar as ações do poder público com objetividade, clareza e respaldo nos princípios constitucionais que regem a publicidade institucional, conforme o art. 37 da Constituição Federal: legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência;
- Utilizar recursos visuais autênticos, registros atualizados da cidade e linguagem acessível, garantindo a transparência da informação e a comunicação direta com o cidadão.

Ao promover a imagem de Rio Branco como uma cidade acolhedora, organizada e em crescimento sustentável, a comunicação institucional deve fortalecer a confiança da população na administração pública, estimular a circulação de pessoas e investimentos, e contribuir para o desenvolvimento urbano e humano da capital acreana.

5. PÚBLICO-ALVO – PREFEITURA DE RIO BRANCO

A campanha institucional da Prefeitura de Rio Branco deve ser orientada para atingir **todos os habitantes do município**, com ênfase especial nos **cidadãos em idade adulta (a partir de 18 anos)**, aptos a consumir, debater e formar opinião sobre os serviços públicos, as políticas de desenvolvimento urbano e rural e as ações da administração municipal.

Rio Branco, como capital do estado do Acre, concentra **mais de 60% da população estadual**, conforme dados atualizados do IBGE, refletindo um cenário urbano dinâmico, com desafios estruturais e sociais que exigem políticas públicas eficazes, comunicação transparente e envolvimento direto da população.

A urbanização acelerada, impulsionada pela **migração de famílias do campo em busca de melhores condições de vida**, tem gerado uma forte pressão sobre os serviços urbanos, ampliando a necessidade de investimentos em infraestrutura, educação, saúde, mobilidade e geração de emprego. Por isso, o público-alvo deve ser compreendido em sua **diversidade territorial, socioeconômica e cultural**, incluindo:

- **Moradores das áreas urbanas** – especialmente os que vivem em bairros periféricos ou em situação de vulnerabilidade social, diretamente impactados por políticas de mobilidade, saneamento, saúde e habitação;
- **População rural e ribeirinha** – que depende do apoio da Prefeitura para ter acesso à produção, transporte, educação rural, manutenção de ramais e programas de incentivo à agricultura familiar;
- **Jovens em fase de formação educacional e profissional** – público estratégico para ações de estímulo ao empreendedorismo, inovação, qualificação e geração de emprego;
- **Pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida**, que precisam de políticas públicas inclusivas e acessíveis;
- **População idosa**, com atenção às demandas por saúde preventiva, acolhimento, segurança e lazer;
- **Mulheres e mães chefes de família**, protagonistas em diversas frentes sociais e frequentemente alvos de políticas específicas;
- **Comunidades indígenas e tradicionais**, com respeito à identidade cultural e necessidades específicas de atendimento e inclusão.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO II – BRIEFING

A campanha institucional deverá atingir, de forma estratégica, os seguintes públicos:

Público primário:

- Moradores de Rio Branco, incluindo cidadãos residentes nas áreas urbanas e rurais, que são diretamente beneficiados pelas ações da gestão e usuários dos serviços públicos municipais.

A comunicação deverá considerar as diferentes linguagens, hábitos de consumo de informação e realidades de acesso de cada grupo, garantindo uma abordagem ampla, inclusiva e coerente com os princípios da publicidade institucional.

6. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

6.1 Objetivo Geral (Mercadológico e Institucional Integrado)

- Desenvolver uma campanha de caráter institucional que comunique com clareza, amplitude e eficiência as ações da Prefeitura de Rio Branco, destacando o impacto direto da gestão na vida da população, promovendo o engajamento cidadão, o sentimento de pertencimento e reforçando os pilares de Produção, Tecnologia, Emprego e Dignidade como orientadores de um novo modelo de governança participativa, ética e transformadora.

6.2 Objetivos Específicos

Mercadológicos:

- **Garantir ampla visibilidade** das ações da Prefeitura, utilizando os meios e formatos de comunicação com maior alcance e melhor custo-benefício.
- **Assegurar compreensão acessível e estratégica** das mensagens institucionais para públicos diversos, em áreas urbanas e rurais.
- **Atingir diferentes faixas etárias e perfis sociais**, utilizando linguagem clara, direta e empática, valorizando o cotidiano do cidadão.
- **Maximizar o impacto da comunicação** com foco na eficiência dos recursos, garantindo resultados mensuráveis e coerentes com os objetivos sociais da campanha.

Institucionais:

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO II – BRIEFING

- **Promover os avanços estruturais, sociais e urbanísticos** promovidos pela Prefeitura, apresentando-os como resultados concretos de uma gestão moderna e comprometida com o bem comum.
- **Estabelecer uma comunicação cidadã e participativa**, que valorize o diálogo, o protagonismo do cidadão e a transparência da administração pública.
- **Fortalecer a imagem da cidade de Rio Branco** como capital inovadora, acolhedora e em movimento, promovendo seu reconhecimento estadual e regional.
- **Valorizar os espaços públicos e o patrimônio coletivo**, incentivando o cuidado, o uso consciente e o reconhecimento desses locais como conquistas da população.
- **Refletir os princípios da administração pública** (legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência) em toda a comunicação, evitando personalismo e reforçando a responsabilidade institucional.
- **Estimular o turismo interno e o orgulho local**, despertando nos acreanos o interesse por sua cidade e sua cultura, e fortalecendo o sentimento de pertencimento.

7. PRAÇA

- **Praça principal:** Município de Rio Branco;

8. PERÍODO / DURAÇÃO DA CAMPANHA

- **Duração:** 1 (um) mês – agosto de 2025;

9. VERBA REFERENCIAL

- **R\$ 1.000.000,00 (Um milhão de reais)** no total;
- Para veiculação e produção (valores brutos, sem descontos ou custos internos);
- Cabe à agência propor o plano de mídia mais eficiente, com uso equilibrado de canais tradicionais e digitais.

10. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

A agência poderá utilizar dados secundários (IBGE, Prefeitura, De Olho na Obra, portais oficiais) e produzir análises qualitativas e quantitativas para orientar decisões criativas e estratégicas.

Indicadores de alcance, engajamento, percepção e lembrança da campanha deverão ser monitorados.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO II – BRIEFING

11. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

Site: <https://www.riobranco.ac.gov.br/>

Instagram: <https://www.instagram.com/prefriobranco/>

Youtube: <https://www.youtube.com/PrefRioBranco>

12. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A campanha deverá cumprir rigorosamente os princípios constitucionais da publicidade institucional: **impessoalidade, transparência, eficiência e legalidade.**

Uso Institucional da Marca da Prefeitura de Rio Branco

Atendendo aos princípios constitucionais que regem a administração pública — especialmente os da **legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência**, conforme estabelece o **art. 37 da Constituição Federal de 1988**—, a Prefeitura de Rio Branco adota como identidade visual oficial de suas comunicações o **Brasão de Armas do Município**, conforme determina a **Lei Municipal nº 1.618, de 20 de dezembro de 2006**, que reconhece e regulamenta o uso dos símbolos oficiais do município.

Como forma de reforçar o caráter institucional e ético da comunicação governamental, todas as peças da campanha deverão utilizar o **Brasão do Município** como **único símbolo representativo da Prefeitura**, evitando qualquer personalização, promoção individual ou símbolos que caracterizem governos ou gestões específicas. O posicionamento institucional da atual administração é representado pela assinatura:

Prefeitura de Rio Branco – Produção, Tecnologia, Emprego e Dignidade

Este posicionamento reforça os pilares estratégicos da gestão atual e deverá ser utilizado de forma complementar ao brasão, sempre em conformidade com os princípios legais e as diretrizes visuais estabelecidas.

Para assegurar a correta aplicação da marca e preservar a integridade da comunicação institucional, a Secretaria Municipal de Comunicação (Secom) disponibiliza o **Manual de Utilização de Marca**, que orienta o uso adequado do brasão, da assinatura institucional e das demais aplicações visuais.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO II – BRIEFING**

 **Acesse o Manual no link: [LINK]**

<https://drive.google.com/drive/folders/1CrD-VDffwsep0dN9HIiqVC7Tn4NytqYw>

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO III – DECLARAÇÃO DE EMPREGADOR DE PESSOA JURÍDICA

DECLARAÇÃO

<p>PROCESSO Nº: X-X-X-X/2025</p> <p>Concorrência Pública no 000/2025</p> <p>ORGÃO LICITANTE SOLICITANTE</p> <p>ABERTURA DIA: 00/00/0000</p> <p>HORÁRIO: X-X-X horas (Horário Local)</p>	<p>Razão Social e CNPJ da licitante</p>
---	---

EMPREGADOR PESSOA JURÍDICA

A empresa _____, inscrita no CNPJ no _____, sediada na _____, DECLARA que não possui no seu quadro de funcionários, trabalhador menor de 18 (dezoito) anos atuando em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e menor de 16(dezesseis) anos atuando em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14(quatorze) anos, em cumprimento da Lei Federal no 14.133/2021.

Local e Data

Representante legal

Qualificação e assinatura

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO IV – DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DOS FATOS SUPERVIENTES

DECLARAÇÃO

<p>PROCESSO Nº: X-X-X-X/2025</p> <p>Concorrência Pública no 000/2025</p> <p>Secretária Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC</p> <p>ABERTURA DIA: 00/00/0000</p> <p>HORÁRIO: X-X-X horas (Horário Local)</p>	<p>Razão Social e CNPJ da licitante</p>
---	---

INEXISTÊNCIA DE FATOS SUPERVENIENTE

A empresa _____, inscrita no CNPJ no _____, sediada na _____, DECLARA que não existem fatos supervenientes que impeçam sua habilitação e contratação no processo licitatório, bem como que não está sofrendo nenhuma sanção promovida por Órgão ou Entidade Pública.

Local e Data

Representante legal

Qualificação e assinatura

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO V – DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESAS

DECLARAÇÃO

<p>PROCESSO Nº: X-X-X/2025</p> <p>Concorrência Pública no 000/2025</p> <p>Secretária Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC</p> <p>ABERTURA DIA: 00/00/0000</p> <p>HORÁRIO: X-X-X horas (Horário Local)</p>	<p>Razão Social e CNPJ da licitante</p>
---	---

A empresa _____, inscrita no CNPJ nº _____, sediada _____ na _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____, DECLARA, para fins do disposto no artigos 43 e 44, da Lei Complementar nº 123/2006, sob pena das sanções administrativas cabíveis, que esta empresa, na presente data, é considerada:

MICROEMPRESA, conforme art. 3º, inciso I, da LC no 123/2006;

EMPRESA DE PEQUENO PORTE, conforme art. 3º, inciso II, da LC no 123/2006.

DECLARA ainda que a empresa está excluída das vedações constantes do art. 3º, §4º, da LC nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VI –ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

DECLARAÇÃO

<p>PROCESSO Nº: X-X-X/2025</p> <p>Concorrência Pública no 000/2025</p> <p>Secretária Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC</p> <p>ABERTURA DIA: 00/00/0000</p> <p>HORÁRIO: X-X-X horas (Horário Local)</p>	<p>Razão Social e CNPJ da licitante</p>
--	---

ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

_____ (nome da empresa), inscrita no CNPJ no _____, doravante denominada (Licitante), por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a) _____, portador (a) da Carteira de Identidade no _____ e de CPF _____ no _____, para fins do disposto no Edital de Concorrência no _____, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

1. A proposta apresentada foi elaborada de maneira independente (pelo Licitante), e que o conteúdo da proposta anexa não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido com ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato do certame em referência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
2. A intenção de apresentar a proposta elaborada não foi informada, ou discutida com ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato do certame em referência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VI –ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA**

3. Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato do certame em referência, quanto a participar ou não da referida licitação;
4. Que o conteúdo da proposta anexa não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado a ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato do certame em referência, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
5. Que o conteúdo da proposta anexa não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado a, discutido com ou recebido de qualquer integrante da Comissão Permanente Municipal da Licitação – CPML/NO antes da abertura oficial das propostas; e
6. Que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

LOCAL/NO, _____, de _____ de 2025.

(representante legal do licitante, no âmbito da licitação, com identificação completa)

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VII – QUADRO DE AVALIAÇÃO E PONTUAÇÃO

QUADRO DE AVALIAÇÃO E PONTUAÇÃO:

A – PARTE NÃO IDENTIFICADA (PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA)

CAMPANHA: _____

JULGADOR: _____

1. RACIOCÍNIO BÁSICO (acuidade e compreensão)			
ITEM	DESCRIÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO ALCANÇADA
1.1	Das funções e do papel da Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC nos contextos social, político e econômico;	1,0	
1.2	Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC com seus públicos;	0,5	
1.3	Das características da Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	0,5	
1.4	sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;	1,0	
1.5	Dos desafios e do problema específico de comunicação a ser enfrentado pela Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC ;	1,0	
1.6	Das necessidades de comunicação da Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC para enfrentar esses desafios e problemas.	1,0	

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VII – QUADRO DE AVALIAÇÃO E PONTUAÇÃO

TOTAL DE PONTOS	5	
Nota Final RACIOCÍNIO BÁSICO (somatória dos seis subquesitos)		
JUSTIFICATIVA PARA NOTA FINAL DO RACIOCINIO BÁSICO		

CAMPANHA: _____

JULGADOR: _____

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA			
Item	DESCRIÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO ALCANÇADA
2.1	A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC e a seus desafios e problema específico de comunicação;	5,0	
2.2	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;	3,0	
2.3	A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC com seus públicos;	4,0	
2.4	A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios e do	4,0	

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VII – QUADRO DE AVALIAÇÃO E PONTUAÇÃO

	problema específico de comunicação da Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC ;		
2.5	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	2,0	
2.6	A capacidade de articular os conhecimentos sobre o da Secretaria Municipal da Casa Civil - SMCC , seus desafios ou problema específico de comunicação, seus públicos, os objetivos específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.	2,0	
TOTAL DE PONTOS		20	
Nota Final ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (somatória dos seis subquestos).			
JUSTIFICATIVA PARA NOTA FINAL DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA			

CAMPANHA: _____

JULGADOR: _____

3.IDEIA CRIATIVA			
Item	DESCRIÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO ALCANÇADA

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VII – QUADRO DE AVALIAÇÃO E PONTUAÇÃO**

3.1	Sua adequação aos desafios e problema específico de comunicação da Secretaria Municipal da Casa Civil - SMCC ;	4,0	
3.2	Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;	2,0	
3.3	Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;	2,0	
3.4	A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	2,0	
3.5	A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	3,0	
3.6	A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	2,0	
3.7	Sua pertinência as atividades da Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;	3,0	
3.8	Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;	3,0	
3.9	A exequibilidade das peças e ou do material;	2,0	
3.10	A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.	2,0	
TOTAL DE PONTOS		25	

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VII – QUADRO DE AVALIAÇÃO E PONTUAÇÃO

Nota Final IDEIA CRIATIVA (somatória dos dez subquesitos)	
JUSTIFICATIVA PARA NOTA FINAL DA IDEIA CRIATIVA	

CAMPANHA: _____

JULGADOR: _____

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA			
Item	DESCRIÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO ALCANÇADA
4.1	O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	3,0	
4.2	A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	2,0	
4.3	A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;	3,0	
4.4	A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Secretaria Municipal da Casa Civil - SMCC ;	2,5	

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VII – QUADRO DE AVALIAÇÃO E PONTUAÇÃO

4.5	A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;	2,0	
4.6	A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,5	
TOTAL DE PONTOS		15	
Nota Final ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (somatória dos seis subquesitos).			
JUSTIFICATIVA PARA NOTA FINAL DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA			

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VII – QUADRO DE AVALIAÇÃO E PONTUAÇÃO

B – PARTE IDENTIFICADA

AGÊNCIA: _____

JULGADOR: _____

1. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO			
Item	DESCRIÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO ALCANÇADA
1.1	Clientes: o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;	4,0	
1.2	Profissionais: a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC ;	8,0	
1.3	Infraestrutura: a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC Sul na execução do contrato;	9,0	
1.4	Sistemática de Atendimento: a funcionalidade do relacionamento operacional entre a Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC e a licitante;	2,0	
1.5	Informações de Marketing: a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e	2,0	

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VII – QUADRO DE AVALIAÇÃO E PONTUAÇÃO**

	da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC .		
TOTAL DE PONTOS		25	
Nota Final CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (somatória de todos os seis subquesitos).			
JUSTIFICATIVA PARA NOTA FINAL DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO			

AGÊNCIA: _____

JULGADOR: _____

2. REPERTÓRIO			
Item	DESCRIÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO ALCANÇADA
2.1	A idéia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;	3,0	
2.2	A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;	1,0	

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VII – QUADRO DE AVALIAÇÃO E PONTUAÇÃO

2.3	A clareza da exposição das informações prestadas;	1,0	
TOTAL DE PONTOS		5,0	
Nota Final REPERTÓRIO (somatória de todos os três subquestos).			
JUSTIFICATIVA PARA NOTA FINAL DO REPERTÓRIO			

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VII – QUADRO DE AVALIAÇÃO E PONTUAÇÃO

3.RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO			
Item	DESCRIÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO ALCANÇADA
3.1	A evidência de planejamento publicitário;	2,0	
3.2	A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;	1,5	
3.3	A relevância dos resultados apresentados;	1,0	
3.4	A concatenação lógica da exposição.	0,5	
TOTAL DE PONTOS		5,0	
Nota Final RELATOS DE SOLUÇÕES (somatória dos quatro subquesitos).			
JUSTIFICATIVA PARA NOTA FINAL DO REPERTÓRIO			

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VIII – PROPOSTA DE PREÇOS

PROPOSTA DE PREÇOS

<p>PROCESSO Nº: X-X-X/2025.nono</p> <p>Concorrência Pública no 000/2025</p> <p>Secretária Especial de Comunicação – SECOM, Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC</p> <p>ABERTURA DIA: 00/00/0000</p> <p>HORÁRIO: X-X-X horas (Horário Local)</p>	<p>Razão Social e CNPJ da licitante</p>
--	---

À Comissão Permanente de Licitação – CPL/PMRB

1. PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

1.1 Declaramos que, na vigência dos contratos, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

I – Desconto de ____% (..... por cento) a ser concedido à **PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO BRANCO - AC**, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na Tabela Referencial de Preços indicada pela Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO/AC;

II – Honorários de ____% (..... por cento) a ser cobrado à **PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO BRANCO - AC**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei no 4.680, de 1965;

III - Honorários de ____% (..... por cento) a ser cobrado à **PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO BRANCO - AC**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VIII – PROPOSTA DE PREÇOS

fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste, 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 art. 11 da Lei nº 4.680/1965, e à reimpressão de peças publicitárias;

IV - Honorários de _____% (.... por cento) a ser cobrado à **PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO BRANCO - AC**, incidentes sobre os preços das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias cuja incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

1.2 Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de (...) dias corridos, contados de sua apresentação.

2. REUTILIZAÇÃO DE PEÇAS PUBLICITÁRIAS – DIREITOS AUTORAIS

2.1 Declaramos que, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, a **PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO BRANCO - AC** pagará, no máximo, os seguintes percentuais em relação ao valor original de cessão de direitos patrimoniais de autor e conexos, aos detentores de direitos sobre:

I - Trabalhos de arte e outros: _____ % (... por cento);

II - Obras consagradas incorporadas a peças: _____ % (... por cento).

2.2 Para a reutilização por períodos inferiores, os respectivos percentuais máximos serão obtidos pela regra de três simples.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VIII – PROPOSTA DE PREÇOS**

3. OUTRAS DECLARAÇÕES

3.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas.

3.2 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e a veículos, transferindo à **PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO BRANCO - AC** as vantagens obtidas.

3.3 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos e demais meios de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo da **PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO BRANCO - AC**.

3.4 Esta Proposta de Preços está sendo apresentada em conformidade com o Projeto Básico desta concorrência.

VALIDADE DA PROPOSTA:

PRAZO DE PAGAMENTO:

LOCAL DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS:

PRAZO DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS:

BANCO:

AGÊNCIA:

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO VIII – PROPOSTA DE PREÇOS**

C/C Nº:

FONE:

OBS: O percentual de desconto a ser oferecido pela licitante, incidirá sobre todos os custos internos previstos nas Tabelas de Custos Internos Referenciais emitida na Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO/AC Anexo X deste Edital.

(Local e Data)..... -....., de.....de 2025.

(nome da licitante)

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO IX – MODELO CARTA FIANÇA**

**MODELO DE CARTA DE FIANÇA BANCÁRIA PARA GARANTIA DE EXECUÇÃO
CONTRATUAL**

CARTA DE FIANÇA PARA GARANTIA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

1. Pela presente, o (a) (nome da instituição fiadora), com sede em (endereço completo), por seus representantes legais infra-assinados, declara que se responsabiliza como FIADOR e principal pagador, com expressa renúncia dos benefícios estatuídos no Artigo 827, do Código Civil Brasileiro, da empresa (nome da empresa), com sede em (endereço completo), até o limite de R\$ (valor da garantia) (valor por escrito) para efeito de garantia à execução do Contrato no (número do contrato, formato XX/ano), decorrente do processo licitatório (modalidade e número do instrumento convocatório da licitação – ex.: PREGÃO SRP no XX/ano), firmado entre a AFIANÇADA e o Órgão/unidade CONTRATANTE para (objeto de licitação).
2. A fiança ora concedida, visa garantir o cumprimento, por parte da AFIANÇADA, de todas as obrigações estipuladas no contrato retro mencionado, abrangendo o pagamento de:
 - a) Prejuízos advindos do não cumprimento do contrato;
 - b) Multas punitivas aplicadas pela FISCALIZAÇÃO À CONTRATADA;
 - c) Prejuízos diretos causados ao CONTRATANTE decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato; e
 - d) Prejuízos indiretos causados ao CONTRATANTE e prejuízos causados a terceiros, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato.
3. Esta fiança é válida por (prazo, contando em dias, correspondente à vigência do contrato) (valor por escrito) dias, contados a partir de (data de início da vigência do contrato), vencendo-se, portanto em (data).
4. Na hipótese de inadimplemento de qualquer das obrigações assumidas pela AFIANÇADA, o (a) (nome da instituição fiadora) efetuará o pagamento das importâncias que forem devidas, no âmbito e por efeito da presente fiança, até o limite acima estipulado, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, contado do recebimento de comunicação escrita do Órgão/unidade CONTRATANTE.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO IX – MODELO CARTA FIANÇA**

5. A comunicação de inadimplemento deverá ocorrer até o prazo máximo de 90 (noventa) dias após o vencimento desta fiança.
6. Nenhuma objeção ou oposição da AFIANÇADA será admitida ou invocada por este FIADOR com o fim de escusar-se do cumprimento da obrigação assumida neste ato e por este instrumento perante o Órgão/unidade CONTRATANTE.
7. Obriga-se este FIADOR, igualmente, pelo pagamento de quaisquer despesas judiciais e/ou extrajudiciais, bem assim por honorários advocatícios, na hipótese do Órgão/unidade CONTRATANTE se ver compelido a ingressar em juízo para demandar o cumprimento da obrigação a que se refere a presente fiança.
8. Se, no prazo máximo de 90 (noventa) dias após a data de vencimento desta fiança, o (a) (nome da instituição fiadora) não tiver recebido do Órgão/unidade CONTRATANTE qualquer comunicação relativa a inadimplemento da AFIANÇADA, ou termo circunstanciado de que a AFIANÇADA cumpriu todas as cláusulas do contrato, acompanhado do original desta Carta de Fiança, esta fiança será automaticamente extinta, independentemente de qualquer formalidade, aviso, notificação judicial ou extrajudicial, deixando, em consequência, de produzir qualquer efeito e ficando o FIADOR exonerado da obrigação assumida por força deste documento.
9. Declara, ainda, este FIADOR, que a presente fiança está devidamente contabilizada e que satisfaz às determinações do Banco Central do Brasil e aos preceitos da legislação bancária aplicáveis e, que, os signatários deste Instrumento estarão autorizados a prestar a presente fiança.
10. Declara, finalmente, que está autorizado pelo Banco Central do Brasil a expedir Carta de Fiança e que o valor da presente se contém dentro dos limites que lhe são autorizados pela referida entidade federal.

(Local e data)

(Instituição garantidora)

(Assinaturas autorizadas)

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

MINUTA DO CONTRATO

**MINUTA DE CONTRATO PARA
PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE
PUBLICIDADE E PROPAGANDA QUE
ENTRE SI CELEBRAM A SECRETARIA
MUNICIPAL DA CASA CIVIL E A
EMPRESA _____,
NA FORMA ABAIXO MENCIONADA.**

CONTRATO CASA CIVIL Nº X-X-X/2025

CONCORRENCIA PRESENCIAL Nº X-X-X/2025

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº X-X-X-X-X

CONTRATANTE: MUNICIPIO DE RIO BRANCO, Pessoa Jurídica de Direito Público Interno, inscrita no CNPJ sob o Nº 04.034.583/0001-22, situada a Rua Rui Barbosa, nº 285, por intermédio da **SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL**, neste ato representado pelo Sr. **Valtim José da Silva**, Secretário Municipal da Casa Civil, portador da Cédula de Identidade nº 258257 SSP/AC, Inscrito no CPF nº 281.825.292-04, domiciliado e residente neste Município, a seguir denominado.

CONTRATADA: neste ato representada pelo Sr. _____, brasileiro, residente e domiciliado em _____, inscrito no CPF sob o nº _____, portador da carteira de identidade nº _____, resolvem celebrar o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade, cuja celebração foi autorizada nos autos do Processo nº _____, que se regerá pelos termos da **Lei nº 14.133/21**, bem como pela **Lei nº 12.232/2010**, pelos termos da proposta vencedora, e atendidas às cláusulas e condições que se enunciam a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1. Contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto ao público de interesse nos veículos de comunicação, redes sociais e demais meios de divulgação, operando nos termos da Lei nº 4.680, de 18.06.65, e do Decreto nº 57.690,

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

de 01.02.66, do tipo modalidade: Concorrência Presencial por **TÉCNICA E PREÇO**, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto ao público de interesse, por intermédio da **SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL - SMCC** para atender as necessidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal.

1.2. Também integram o objeto desta concorrência, 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, relacionados à execução dos contratos;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia (exceto produção de material gráfico), criados no âmbito dos contratos;

c) 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.

1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘a’ do subitem 1.2 terão a finalidade de gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da **SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL - SMCC**, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças; aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens; possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.4. É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 1.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.5. Não se inclui no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

1.6. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de Publicidade e Propaganda, doravante denominadas agências, licitante ou contratada.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

1.7. Se, em decorrência das regras deste Contrato e da legislação aplicável, não restar possível a contratação pretendida, a **SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL - SMCC**, a seu exclusivo juízo, decidirá sobre a conveniência e oportunidade de realizar novo certame.

1.8. Os serviços objeto do presente Termo de referência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do § 1º, Art. 4º, da Lei nº 12.232/2010.

1.9. A agência **NÃO** poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no **item 2**, nos termos do art.122 da Lei n.º 14.133/2021.

1.10. A agência atuará por ordem e conta da **SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC**, na contratação de:

a) Fornecedores de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais previstos no item 1.1 e subitem 1.2 para a execução dos serviços conexos e complementares previstos nas alíneas "a", "b" e "c";

b) Veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

1.11. O presente contrato está vinculado à Licitação nº ____/2025, na modalidade _____ e ao edital e à proposta apresentada pelo contratado, sendo regido pelas disposições da Lei nº 14.133/2021, Decreto Municipal nº 400/2023, e demais normas aplicáveis.

1.12. A execução do contrato dar-se-á em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual.

CLÁUSULA SEGUNDA - DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

2.1. Este contrato será regido conforme Lei nº 14.133/21 e alterações posteriores, pela Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010 que rege a publicidade governamental, bem como a Lei nº 4.680/1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda, elaboramos o presente Termo de referência para que, através do procedimento licitatório pertinente, seja efetuada a Contratação de Agência para a prestação de serviços de Publicidade, para atender a PREFEITURA DE RIO BRANCO

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO

(por intermédio da SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL – SMCC). A contratação de empresa para execução dos serviços publicidade serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário, nos termos da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010; Lei n.º 4.680, de 18 de junho de 1965; Lei nº 14.133/21, de 21.04.21, do Decreto Municipal 400 de 22 de março de 2023 e subsidiariamente, da **Instrução Normativa SECOM nº 1/2023**, e demais legislações correlatas da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República-SECOM, e disposições deste Edital, destinada à contratação de agência de publicidade para prestação de serviços técnicos especializados, **Lei Municipal nº 1.880/2023** (Retenção de IR).

CLÁUSULA TERCEIRA – DO LOCAL, PRAZO E CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DO OBJETO

3.1. O prazo de execução dos serviços será imediato, a partir da data de assinatura do Contrato, através de solicitações da CONTRATANTE e deverá ser executado pela CONTRATADA conforme o estabelecido na planilha abaixo:

ITEM	PRODUTO/SERVIÇO	PRAZO DE ENTREGA
1	Criação, finalização e entrega de campanhas publicitárias	Até 10 dias
2	Criação e produção eletrônica com duração até 60 segundos.	Até 05 dias
3	Criação e produção eletrônica com duração acima de 60 segundos.	Até 10 dias
4	Criação e finalização gráfica e eletrônica simples	Até 02 dias
5	Criação e finalização gráfica e eletrônica complexa	Até 10 dias
6	Diagramação, editoração e finalização gráfica e eletrônica simples	Até 07 dias

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

7	Diagramação e editoração e finalização gráfica e eletrônica Complexa	Até 10 dias
8	Criação e produção de material promocional	Até 08 dias
9	Criação de marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação e identidade visual	Até 05 dias
10	Elaboração de pareceres técnicos de mídias	Até 02 dias
11	Elaboração de relatórios técnicos de campanhas e projetos de comunicação, em formato de apresentação	Até 03 dias

3.3. As Ordens de Serviço serão entregues aos prepostos da **CONTRATADA**, em sua sede ou escritórios de suporte e atendimento ao cliente, instalado em RIO BRANCO - ACRE. Na hipótese de não possuir sede ou escritório na cidade de RIO BRANCO - ACRE, a **CONTRATADA** deverá instalá-los em até 30 (trinta) dias corridos, contados da data de assinatura do contrato.

A) Para garantir a celeridade e a qualidade da prestação dos serviços, a **CONTRATADA** deverá dispor de equipe técnica que, obrigatoriamente, cumprirá as exigências de formação superior nas áreas de marketing ou publicidade e experiência profissional comprovada.

B) A **CONTRATANTE** poderá solicitar da **CONTRATADA** a prestação dos serviços aos sábados, domingos e feriados;

C) A prestação dos serviços será de âmbito estadual, podendo, eventualmente, ter abrangência nacional em ações específicas;

D) A agência contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo de veículos de divulgação, bem como dar continuidade ou encerrar demais serviços, por conta ou por ordem da **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA QUARTA – DO PREÇO E DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

4.1. Do Preço

4.1.1. O valor total do Contrato é de _____ (_____);

4.1.2. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução contratual, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação.

4.2. Das Condições de Pagamento

4.2.1. O CONTRATANTE efetuará o pagamento mediante Ordem Bancária creditada em Conta Corrente indicada pela CONTRATADA, até 30 (trinta) dias após o protocolo da Nota Fiscal e/ou Fatura devidamente atestada pelo CONTRATANTE;

4.2.2. O pagamento será efetuado mediante Ordem Bancária, na Conta Corrente no _____, Agência _____, Banco _____;

4.2.3. Nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA, enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe for imposta, em virtude de penalidade ou inadimplência;

4.2.4. Caso haja aplicação de multa, o valor será descontado de qualquer fatura ou crédito existente no Contratante em favor da CONTRATADA. Caso o valor da multa seja superior ao crédito eventualmente existente, a diferença será cobrada administrativamente ou judicialmente, se necessário;

4.2.5. O pagamento será precedido de consulta de regularidade fiscal para verificação das condições exigidas na contratação, cujos resultados serão juntados aos autos do processo próprio;

4.2.6. documentos de habilitação fiscal e trabalhista do detentor do contrato, atualizados na data da adesão (art. 91, § 4º, da LF nº 14.133/2021; art. 19, parágrafo único, II, e art. 163, do DM nº 400/2023):

a. prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional, atualizada na data

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

- b. prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);
- c. prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943
- d. prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do fornecedor
- e. Certidão negativa Quanto a Dívida Ativa – PGM Acre
- f. Consulta Optantes
- g. Prova de regularidade junto à Fazenda Estadual, através da Certidão Negativa conjunta junto aos Tributos Estaduais, emitida pela Secretaria da Fazenda Estadual onde a empresa for sediada;

4.2.7. Comprovação de que não consta sanção aplicada ao fornecedor, cujos efeitos torne-o proibido de celebrar contrato administrativo e alcance a Administração contratante, mediante apresentação de certidões expedidas nos seguintes cadastros: (art. 91, § 4º da LF nº 14.133/2023 e art. 337-M do Decreto-Lei nº 2.848/1940);

a- Cadastro de Empresas Inidôneas do Tribunal de Contas da União, acessível em:
<https://contas.tcu.gov.br/ords/f?p=INABILITADO:INIDONEOS>

b- Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), acessível em:
<https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta?cadastro=2&ordenarPor=nomeSancionado&direcao=asc>

c- Cadastro de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), acessível em:
<https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta?cadastro=1&ordenarPor=nomeSancionado&direcao=asc>

d- Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF como impedidas ou suspensas, acessível em:
<https://www3.comprasnet.gov.br/sicaf-web/public/pages/consultas/consultarRestricaoContratarAdministracaoPublica.jsf>

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

e- Cadastro Nacional de Condenações Civis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade, supervisionado pelo Conselho Nacional de Justiça, acessível em: http://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php

4.2.8. SICAF Unificado, CERTIFICADO DE REGISTRO Cadastral e qualificação técnica (SICAF Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores. É a porta de entrada dos fornecedores que desejam vender para o governo. Além disso, o SICAF é o registro cadastral único que os agentes públicos utilizam para a análise da habilitação jurídica, regularidade fiscal e qualificação econômico-financeira dos fornecedores que participam das licitações governamentais. No SICAF também são registradas eventuais ocorrências, advertências, multas ou impedimentos de licitar / contratar) <https://www.gov.br/compras/pt-br/sistemas/conheca-o-compras/conheca-o-compras>

- a. Sintegra
- b. Declaração estabelecida na Lei Federal nº 9.854/99
- c. Balanço patrimonial qualificação Econômica- Financeiro do exercício de 2024
- d. cadastro Nacional da p. Jurídica /quadro de sócios e administradores
- e. Consulta sobre tributos de ICMS / ISS

4.2.9 DECRETO Nº 1.880 DE 28 DE NOVEMBRO DE 2023.

“Dispõe sobre a retenção de Imposto de Renda (IR) na Fonte nos pagamentos a fornecedores por Órgãos e Entidades da Administração Direta e Indireta e dá outras providências”.

4.2.10. Planilha DISTRIBUIÇÃO POR MEIOS DE COMUNICAÇÃO: TELEVISÃO – TV ABERTA /TV POR ASSINATURA, RÁDIO EMISSORAS AM/FM, INTERNET SITES /PORTES, OFHOME: OUTDOOR /BUSSDOOR e DOOH-DIGITAL OUT OFHOME: PAINEL DE LED /TV INDOOR por porcentagem e valor.

4.3. Do Faturamento

4.3.1. A CONTRATADA deverá emitir o faturamento em RIO BRANCO - ACRE, tão logo o serviço seja efetuado e entregue a CONTRATANTE, evitando atraso no repasse do pagamento aos eventuais

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO

fornecedores contratados. A fatura dos veículos/fornecedores deverá ser emitida em nome da CONTRATANTE.

Para efeito do ‘DESCONTO PADRÃO’, faz-se necessário inserir no campo de informações adicionais das Notas Fiscais e faturas comerciais dos veículos, a seguinte expressão:

“Valor de referência do ‘Desconto Padrão’(remuneração da agência – item 1.11 das normas-Padrão de Atividade Publicitária): R\$.....”

4.3.2. A CONTRATADA deverá efetuar o pagamento aos eventuais fornecedores contratados no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da data do pagamento efetuado pela CONTRATANTE.

4.3.3. O faturamento, obrigatoriamente deverá ser feito no escritório da empresa em RIO BRANCO - ACRE.

CLÁUSULA QUINTA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

<i>Dotação</i>	<i>Programa de trabalho</i>	<i>Rubrica Orçamentaria</i>	<i>Fonte</i>
<i>01.006.001.04.131.040. 2113.0000</i>	<i>Divulgação dos Atos de interesse do Município</i>	<i>3.3.90.39.00.00.00</i>	<i>2500 (Serviços não vinculados de impostos)</i>

CLÁUSULA SEXTA – DA GARANTIA CONTRATUAL

6.1. A CONTRATADA prestará garantia no valor de R\$ (.....), na modalidade de, correspondente a% (..... por cento) de seu valor total, no prazo de....., observadas as condições previstas no Edital.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO

6.2. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de 0.2% (dois décimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, até o máximo de 5% (cinco por cento).

6.3. O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias autoriza a Administração a promover a retenção dos pagamentos devidos à CONTRATADA, até o limite de 5% (cinco por cento) do valor anual do contrato, a título de garantia.

6.3.1. A retenção efetuada com base no subitem 5.3 não gera direito a nenhum tipo de compensação financeira à CONTRATADA.

6.3.2. A CONTRATADA, a qualquer tempo, poderão substituir a retenção efetuada com base no subitem 5.3 deste item por quaisquer das modalidades de garantia, caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, seguro-garantia ou fiança bancária.

CLÁUSULA SÉTIMA – DO REAJUSTE DE PREÇOS

7.1. O valor contratado será reajustado e corrigido monetariamente a cada período de 12 (doze) meses, de acordo como IGPM (Índice Geral de Preços do Mercado), medido pela Fundação Getúlio Vargas – FGV e na falta deste pelo INPC (Índice Nacional de Preços ao Consumidor) medido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) ou outro índice substitutivo.

7.2. Repactuação do Preço

Não se Aplica

CLÁUSULA OITAVA – MATRIZ DE RISCO

ANALISE DE RISCO
Fase da Análise
(x) Planejamento da contratação () Gestão do Contrato
Objeto da Contratação

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO

<p>Contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto ao público de interesse nos veículos de comunicação, redes sociais e demais meios de divulgação para atender as necessidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal.</p>	
RISCO 1	
Descrição do risco:	Critérios de Avaliação Subjetivos: A seleção baseada em "TÉCNICA E PREÇO" pode ser interpretada de maneira subjetiva, levando a questionamentos sobre a imparcialidade na avaliação dos concorrentes.
Probabilidade de ocorrência do risco:	() Baixa () Média (x) Alta
Impacto da eventual ocorrência do risco:	() Baixa () Média (x) Alta
Ações preventivas que podem ser adotadas:	A comissão pode estabelecer estabelecer critérios internos e deixá- los pré-definidos no processo, a fim de que os interessados já enviem material de acordo com os padrões exigidos;
Responsável pela adoção das ações preventivas:	O contratante, a comissão interna e os demais responsáveis pela abertura do processo;
Ações de contingência que devem ser adotadas quando concretizado o risco:	Se concretizado o risco, o contratante, a comissão interna e os demais responsáveis pela abertura do processo devem adotar as medidas necessárias para apurar as circunstâncias do ocorrido e corrigir a falha no processo;
RISCO 2	
Descrição do risco:	Imparcialidade na Avaliação: Existe o risco de que os avaliadores possam ter preferências pessoais ou profissionais que influenciem na escolha da agência, comprometendo a transparência do processo.
Probabilidade de ocorrência do risco:	() Baixa () Média (x) Alta
Impacto da eventual ocorrência do risco:	() Baixa (x) Média () Alta
Ações preventivas que podem ser adotadas:	Impedir que profissionais com grau de parentesco ou amizade com proprietários ou gerentes das empresas participantes façam parte da comissão interna de avaliação das propostas;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO

Responsável pela adoção das ações preventivas:	O contratante, a comissão interna e os demais responsáveis pela abertura do processo;
Ações de contingência que devem ser adotadas quando concretizado o risco:	Se concretizado o risco, o contratante, a comissão interna e os demais responsáveis pela abertura do processo devem adotar as medidas necessárias para apurar as circunstâncias do ocorrido e corrigir a falha no processo;
RISCO 3	
Descrição do risco:	Complexidade na Documentação: Os requisitos técnicos e administrativos podem ser complexos e exigir uma documentação extensa, o que pode desencorajar a participação de algumas empresas competentes, mas de menor porte.;
Probabilidade de ocorrência do risco:	() Baixa (x) Média () Alta
Impacto da eventual ocorrência do risco:	() Baixa (x) Média () Alta
Ações preventivas que podem ser adotadas:	Iniciar o processo cumprindo os requisitos previstos em lei para a realização de um processo licitatório na referida modalidade, mas se atentando para a simplificação de procedimentos, desburocratizando o processo em grande parte ;
Responsável pela adoção das ações preventivas:	O contratante, a comissão interna e os demais responsáveis pela abertura do processo;
Ações de contingência que devem ser adotadas quando concretizado o risco:	Revisão dos critérios estabelecidos para que se mantenha a qualidade das propostas apresentadas e que se cumpram os requisitos legais, observando a inexigibilidade no cumprimentos de critérios repetitivos e dispensáveis;
RISCO 4	
Descrição do risco:	Desconhecimento do Mercado: A falta de conhecimento profundo do mercado de

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO

	publicidade e mídia por parte dos responsáveis pela seleção pode levar a uma análise deficiente das propostas recebidas;
Probabilidade de ocorrência do risco:	() Baixa () Média (x) Alta
Impacto da eventual ocorrência do risco:	() Baixa () Média (x) Alta
Ações preventivas que podem ser adotadas:	O órgão contratante e a Secretaria de Licitações deve se atentar quanto a escolha dos integrantes da comissão de avaliação das propostas, opinando por nomes de profissionais com notório saber e conduta ilibada.
Responsável pela adoção das ações preventivas:	O órgão contratante e a Secretaria de Licitações;
Ações de contingência que devem ser adotadas quando concretizado o risco:	O órgão contratante e a Secretaria de Licitações devem providenciar a nomeação de novos membros para compor essa comissão interna de avaliação das propostas;
RISCO 5	
Descrição do risco:	Custos de Preparação: As empresas concorrentes podem incorrer em custos significativos para preparar suas propostas técnicas, especialmente se houver exigência de apresentação de ideias criativas ou estratégias detalhadas.
Probabilidade de ocorrência do risco:	() Baixa () Média (x) Alta
Impacto da eventual ocorrência do risco:	() Baixa (x) Média () Alta
Ações preventivas que podem ser adotadas:	A comissão interna de avaliação deverá deixar bem claros os critérios que serão avaliados, evitando que produções sejam providenciadas sem necessidade. Tempo de duração da peça, tipo de conteúdo, público e assunto a ser abordado deve estar em evidência quando da realização da concorrência;
Responsável pela adoção das ações	A comissão interna de avaliação;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO

preventivas:	
Ações de contingência que devem ser adotadas quando concretizado o risco:	Todos os trabalhos devem ser avaliados com base nos critérios estabelecidos, independente de valores de investimento. As ideias e os motivos devem estar em foco, para constatar se a ideia principal é, de fato, cumprida pelo produto apresentado;

CLÁUSULA NONA: REEQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO

9.1 O reequilíbrio econômico-financeiro ocorrerá por meio de termo aditivo e, quando em favor do contratado, dependerá de prévia solicitação e demonstração de que a(s) ocorrência(s) inviabiliza(m) a execução do contrato nos termos inicialmente ajustados, por meio de documentos pertinentes e suficientes, acompanhados das memórias de cálculo.

9.2 Conforme o Art. 181 do Decreto Nº 400/2023, o pedido de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro deverá ser instruído com:

I - O número do contrato ou da ata de registro de preços a que se refere;

II - O item ou o lote para os quais é solicitado o reequilíbrio econômico-financeiro;

III - A justificativa do desequilíbrio econômico-financeiro contratual;

IV - A diferença percentual solicitada no reequilíbrio econômico-financeiro por item e/ou lote; e

V - Os documentos que comprovem o custo suportado pelo contratado quando da formulação da proposta, da assinatura do contrato ou da ata de registro de preços ou da emissão da primeira Nota de Empenho/Ordem de Fornecimento e o custo suportado quando do protocolo do requerimento de

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

reequilíbrio econômico-financeiro, como notas fiscais, orçamentos obtidos junto aos fornecedores do contratado, tabelas de referência do setor, entre outros.

§ 1º O pedido de reequilíbrio econômico-financeiro não suspenderá a execução contratual no curso do prazo para julgamento, salvo se o gestor do contrato conceder o efeito suspensivo.

§ 2º Quando o pedido de reequilíbrio econômico-financeiro se referir a um item individual que compõe o custo global do produto ou serviço, deverá ser apresentada planilha detalhada ou equivalente, confrontado o custo de cada item constante da proposta inicial com a nova planilha atualizada, a fim de comprovar a elevação dos encargos do particular proporcionalmente à majoração do insumo requerido.

§ 3º Nos casos de objetos complexos, compostos por diversos itens, o pedido deverá comprovar a oscilação de preços dos principais itens, assim considerados aqueles que componham 80% (oitenta por cento) do valor total do contrato ou da ata de registro de preços.

§ 4º A mera demonstração do aumento de preços de mercado não comprova, por si só, o desequilíbrio da equação econômico-financeira do contrato ou da ata de registro de preços, devendo ser evidenciado pelo contratado, o nexos de causalidade entre o aumento do custo suportado pelo contratado para a execução e o impacto na contratação ou na ata de registro de preços, conforme o caso.

9.3 Em conformidade com o Art. 182 do Decreto Nº 400/2023, o pedido de reequilíbrio econômico-financeiro deverá ser encaminhado ao fiscal do contrato, que analisará os fundamentos de fato e de direito que embasaram o pedido.

§ 1º Na análise dos fundamentos de fato e de direito do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro, o fiscal do contrato poderá solicitar apoio técnico ao gestor do contrato.

§ 2º Analisado o pedido e verificada a real alteração do custo suportado pelo contratado, o fiscal do contrato se manifestará pela procedência total ou parcial do pedido, no prazo de até 10 (dez) dias úteis.

§ 3º Quando o fiscal se manifestar pela procedência do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro, o processo será encaminhado à Procuradoria-Geral para manifestação no prazo de até 5 (cinco) dias úteis. Após manifestação, a Procuradoria-Geral enviará o pedido para gestor do contrato ou da ata de registro de preços que julgará o pedido de reequilíbrio econômico-financeiro no prazo de até 5 (cinco) dias úteis.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

§ 4º A concessão do reequilíbrio econômico-financeiro terá efeitos a partir da data do fato gerador ou, não sendo possível a identificação do fato gerador, a data do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro, com efeitos para todo o saldo contratual e alterará a data-base para reajuste contratual para a data de início dos efeitos do reequilíbrio econômico-financeiro concedido.

9.4 Conforme o Art. 183. Caberá recurso administrativo da decisão de mérito do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro no prazo de 5 (cinco) dias úteis a partir da notificação da decisão.

9.5 Parágrafo único. O recurso administrativo deverá ser endereçado ao gestor do contrato que, em até 5 (cinco) dias úteis do seu recebimento, reconsiderará a decisão recorrida ou, se mantida a decisão, encaminhará o recurso para o secretário municipal ao qual está vinculado, que decidirá em até 5 (cinco) dias úteis a partir do seu recebimento.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

- 10.1** Constituem obrigações das CONTRATADA, além das demais previstas no Edital ou dele decorrentes:
- 10.2** Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 10.3** Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no Prefeitura de Rio Branco/Secretaria Municipal da Casa Civil, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.
- 10.4** A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do Contrato, que possuem, no Prefeitura de Rio Branco/Secretaria Municipal da Casa Civil, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.
- 10.5** Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.
- 10.6** Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.
- 10.7** 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 e transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.
- 10.8** Pertencem à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.
- 10.9** O disposto no subitem 10.8. não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.
- 10.10** O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.
- 10.11** A CONTRATADA não poderão, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam,

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

10.12 O desrespeito ao disposto no subitem 10.11 Constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e as submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste Contrato.

10.13 Negociar sempre as melhores condições de preço, até o máximo de 50% (cinquenta por cento), no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

10.14 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE:

- I** - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;
- II** - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados e aptos a fornecer a CONTRATADA bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do Termo de Referência;
- III** - apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados cadastrados pela CONTRATADA com aprovação da CONTRATANTE que atum no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- IV** - exigir dos fornecedores que constem na cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e totais;
- V** - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- VI** - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes ao seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;
- VII** - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação:

10.15. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste Contrato, a CONTRATADA coletarão orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da CONTRATANTE.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

10.16. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

10.17. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

10.18. Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela CONTRATADA.

10.19. A CONTRATADA estão cientes de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos artigos 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010, que Institui o Estatuto da Igualdade Racial.

10.20. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas em contrato para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

10.21. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste Termo de Referência, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

10.22. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

II – algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

10.23. Obter a autorização prévia da CONTRATANTE, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este Termo de Referência.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

10.24. CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

10.25. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime a CONTRATADA suas responsabilidades pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência do Contrato.

10.26. Apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

10.27. Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 10.26, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

10.28. O estudo de que trata o subitem 10.27 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

10.29. O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 10.28 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura do Contrato.

10.30. O final do período de 12 (doze) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

10.31. Se o fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 10.27 a CONTRATANTE poderá solicitar novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

10.32. Encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO

- a. TV e Cinema: cópias em arquivos digitais;
- b. Rádio: arquivos digitais;
- c. Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

As peças poderão ser agrupadas em um mesmo arquivo, caso atenda à solicitação da CONTRATANTE.

10.33. Prestar os seguintes serviços à CONTRATANTE, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento:

A) Manutenção de acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução do contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

B) Manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução dos contratos e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

10.34. O acervo virtual será constituído e mantido pela agência contratada em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a CONTRATANTE a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprover.

10.35. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção dos contratos, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos subitens.

10.36. Orientar a produção das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

10.37. Entregar à CONTRATANTE, até o 5º dia útil do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

10.38. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a CONTRATADA e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, permutadas entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

10.39. O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela CONTRATADA à CONTRATANTE após sua realização e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes serão enviado quinzenalmente.

10.40. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

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

10.42. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto dos contratos, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

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

10.44. Não caucionar ou utilizar os presentes contratos como garantia para qualquer operação financeira.

10.45. Manter, durante a execução dos contratos, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

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

10.47. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

10.48. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto dos contratos, 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.

10.49. 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.

10.50. Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

10.51. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

10.52. 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 da CONTRATANTE.

10.53. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão do contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

10.54. Não manter, durante a vigência dos contratos, nenhuma forma de prestação de serviços de publicidade ou relação negocial com pessoa jurídica ou física, nos moldes do que consta a “Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses” assinada pela CONTRATADA.

10.55. Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores de bens e de serviços especializados 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.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

10.56. 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 a CONTRATANTE.

10.57. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento dos presentes contratos.

10.58. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotara as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

10.59. Responder por qualquer ação administrativa ou 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.

10.60. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei nº 14.133 e regulamentado pelo Decreto nº 400/2023.

10.61. Cumprir a previsão legal no que concerne ao disposto no art. 92, inciso XVII, da Lei nº 14.133/2021, que estabelece:

"Art. 92. São cláusulas necessárias nos contratos regidos por esta Lei as que estabeleçam: XVII - a obrigação de o contratado 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;"

10.62. A CONTRATADA é obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

10.63. A CONTRATADA deverá apresentar no ato da assinatura do contrato o Cadastro de Credor atualizado no município de Rio Branco – Acre, para viabilizar o pagamento por parte desta Secretaria Municipal da Casa Civil – SMCC.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025

ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

- 11.1. Prestar as informações e esclarecimentos que venham a ser solicitados pela **CONTRATADA**, de forma a garantir a melhor forma de execução dos serviços;
- 11.2. Efetuar o pagamento à **CONTRATADA** de acordo com a forma convencionada neste instrumento;
- 11.3. Notificar, por escrito, a **CONTRATADA** toda e qualquer ocorrência relacionada com os Contratos, tais como, eventuais imperfeições durante sua vigência afixando prazo para sua correção;
- 11.4. Fiscalizar a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao solicitado ou especificado.
- 11.5. Serão nomeados gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA**, objetivando sua imediata correção.
- 11.6. A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços objeto dos contratos.
- 11.7. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da **CONTRATANTE**.
- 11.8. A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**.
- 11.9. A autorização, pela **CONTRATANTE**, dos planos de mídia e dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO

11.10. A ausência de comunicação por parte da **CONTRATANTE**, referente a irregularidade ou falhas, não exime a **CONTRATADA** das responsabilidades determinadas nos contratos.

11.11. A **CONTRATADA** permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência dos contratos, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

11.12. A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** ou auditoria externa por ela indicada tenha acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.

11.13. À **CONTRATANTE** é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto dos contratos, juntamente com representante credenciado pela **CONTRATADA**.

11.14. A **CONTRATANTE** avaliará os serviços prestados pela **CONTRATADA**, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

11.15. A avaliação será considerada pela **CONTRATANTE** para: apurar a necessidade de solicitar da **CONTRATADA** correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela **CONTRATADA**, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

11.16. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal dos contratos e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

12.1 A **CONTRATANTE** nomeará gestor e fiscais (titular e substituto) para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato, registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas observadas, podendo notificar a **CONTRATADA** para imediata correção, conforme a Lei nº 14.133/2021.

12.2 A **CONTRATANTE** fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

- 12.3** A fiscalização será exercida por preposto designado, com poderes para notificar a CONTRATADA sobre falhas e exigir sua correção imediata.
- 12.4** A fiscalização da CONTRATANTE não exclui ou limita a responsabilidade integral da CONTRATADA quanto à execução do contrato.
- 12.5** A CONTRATADA só poderá iniciar os serviços após aprovação formal da CONTRATANTE.
- 12.6** A fiscalização incluirá a verificação da conformidade dos serviços, técnicas, materiais e equipamentos utilizados, conforme os arts. 169 a 173 da Lei nº 14.133/2021.
- 12.7** O representante da CONTRATANTE deverá possuir qualificação compatível com as funções de acompanhamento do contrato.
- 12.8** A conformidade dos serviços será avaliada com base nos critérios estabelecidos no Termo de Referência.
- 12.9** Ocorrendo subdimensionamento da produtividade sem prejuízo da qualidade, deverá ser promovida a adequação contratual dentro dos limites legais.
- 12.10** O fiscal deverá registrar ocorrências e adotar medidas para assegurar o fiel cumprimento do contrato.
- 12.11** O descumprimento das obrigações pela CONTRATADA poderá ensejar sanções, inclusive a rescisão contratual, nos termos da Lei nº 14.133/2021.
- 12.12** A gestão e fiscalização contratual devem ser realizadas de forma preventiva e contínua, podendo ser atribuídas a equipe ou servidor, respeitada a distinção de funções e o volume de trabalho.
- 12.13** A fiscalização técnica avaliará a qualidade dos serviços e poderá redimensionar o pagamento sempre que:
a) houver falha na execução ou não atingimento da qualidade mínima; b) forem utilizados materiais ou recursos humanos em qualidade ou quantidade inferiores ao contratado.
- 12.14** O fiscal técnico deverá monitorar constantemente a qualidade dos serviços e intervir sempre que necessário.
- 12.15** O fiscal técnico deverá apresentar à CONTRATADA as avaliações de desempenho e da execução contratual.
- 12.16** É vedado à CONTRATADA realizar sua própria avaliação de desempenho.

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

12.17 A CONTRATADA poderá apresentar justificativas para eventual não conformidade, desde que fundadas em causas imprevisíveis e alheias ao seu controle.

12.18. Constatada desconformidade contínua ou além dos limites toleráveis, serão aplicadas as sanções cabíveis.

12.18 A avaliação poderá ser diária, semanal ou mensal, conforme a necessidade de aferição da qualidade dos serviços.

12.19 O material a ser utilizado deverá ser acompanhado de documento com sua descrição técnica detalhada, conforme Termo de Referência e proposta.

12.20 Aplica-se, no que couber, o disposto no Anexo VIII da Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 05/2017.

12.21 A fiscalização da CONTRATANTE não exclui a responsabilidade da CONTRATADA por eventuais irregularidades técnicas, vícios ocultos ou materiais inadequados, não implicando corresponsabilidade da Administração Pública.

12.22 A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

12.23 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

12.24 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente a produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para as CONTRATANTES.

12.25 A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

12.26 A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

12.27 A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso a documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

12.28 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna das CONTRATANTES e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito a serviços prestados à

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO

CONTRATANTE.

12.29 As CONTRATANTES é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

12.30 A CONTRATANTE realizará periodicamente a seu exclusivo juízo e sem aviso prévio, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

12.31 Essa avaliação será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre a conveniência de rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

13 CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. Comete infração administrativa a CONTRATADA que cometer quaisquer das infrações previstas no art. 155 da Lei Federal nº 14.133 de 1º de abril de 2021, quais sejam:

13.2. Dar causa à inexecução parcial contrato;

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

13.4. Dar causa à inexecução total do contrato;

13.5. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame;

13.6. Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, e aceito pela Administração Pública;

13.7. Não celebrar o contrato ou retirar documento substitutivo ao contrato no prazo estabelecido, inclusive seus aditivos, ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

13.8. Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;

13.9. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

13.10. Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

13.11. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

- 13.12.** Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação.
- 13.13.** A CONTRATADA que incorra em quaisquer infrações dispostas no item 10.1. e seus subitens, sujeitam-se sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às seguintes sanções:
- 13.13.1** Advertência, caso a CONTRATADA der causa ao disposto no item 10.1., quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave;
- 13.14.** Multa, nas seguintes hipóteses:
- 13.15.** Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor adjudicado, por cometer infração do subitem 16.2;
- 13.16.** Multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor homologado por cometer infração do subitem 10.3;
- 13.17.** Multa de 30% (trinta por cento) sobre o valor homologado por cometer infração do subitem 10.4;
- 13.18.** Multas moratórias de 2% (dois por cento) do valor homologado por dia, até o trigésimo dia de atraso, se o objeto não for entregue na data prevista, sem justificativas aceitas pelo CONTRATANTE.
- 13.19.** Na aplicação de sanções serão considerados:
- 13.19.1.** A natureza e a gravidade da infração cometida;
- 13.22.** As peculiaridades do caso concreto;
- 13.23.** As circunstâncias agravantes e atenuantes; e
- 13.24.** Os danos que dela provierem para a Administração Pública.
- 13.25.** A penalidade de multa pode ser aplicada cumulativamente com as demais sanções.
- 13.26.** As penalidades por infrações no processo licitatório, na contratação direta ou no descumprimento das condições da ata de registro de preços ou das obrigações contratuais, deverão respeitar os princípios da ampla defesa e do contraditório.

CLAÚSULA DÉCIMA QUARTA – DA RESCISÃO

- 14.1** O presente Termo de Contrato poderá ser rescindido nas hipóteses previstas no art. 137, com as consequências indicadas no art. 138 e 139, todos da Lei 14.133, sem prejuízo das sanções aplicáveis.
- 14.2** Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados, assegurando-se à CONTRATADA o direito à prévia e ampla defesa.
- 14.3.** A CONTRATADA reconhece os direitos do CONTRATANTE em caso de rescisão administrativa prevista no art. 138 e 139 da Lei no 14.133/2021.
- 14.4.** O termo de rescisão, sempre que possível, será precedido de Relatório indicativo dos seguintes aspectos:

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO

14.4.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

14.5 Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

14.6 Indenizações e multas.

14.7 A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

CLAUSULA DÉCIMA QUINTA – DA VIGÊNCIA E EFICÁCIA

15.1 O contrato para a execução dos serviços objeto deste edital terá prazo de vigência inicial de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura.

15.2 O contrato poderá ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, até o limite máximo de 10 (dez) anos, nos termos do art. 107 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, desde que:

- a) Haja previsão expressa neste edital;
- b) Seja atestado pela autoridade competente que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração;
- c) Seja permitida a negociação entre as partes ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

15.3 Caso a execução do contrato ultrapasse o prazo de 1 (um) exercício financeiro, será observada a previsão no Plano Plurianual e assegurada a disponibilidade de créditos orçamentários para cada exercício.

CLAUSULA DÉCIMA SEXTA – DA ALTERAÇÃO CONTRATUAL

16.1 Os Contratos somente sofrerão alterações ante as circunstâncias de fatos supervenientes, consoante disposições do art. 124 da Lei Federal nº 14.133/21 e alterações posteriores.

Parágrafo Primeiro - Toda e qualquer alteração deverá ser processada mediante a celebração de Termo Aditivo, numerado em ordem crescente e publicado no Diário Oficial do Estado – DOE/AC. Será vedada a modificação do objeto.

Parágrafo Segundo - “Os registros que não caracterizam alteração do contrato, disciplinados no art. 136 da Lei 14.133/2021, poderão ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo.”

CLAUSULA DÉCIMA SETIMA – DOS CASOS OMISSOS

17.1 Aplicam-se à execução do Contrato e, especialmente aos casos omissos, as disposições contidas na Lei no 14.133/2021, Lei no 12.232, de 29 de abril de 2010 que rege a publicidade governamental, bem como a Lei nº 4.680/1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda, e

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

demais normas nacionais e estaduais de licitações e contratos administrativos e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei no 8.078, de 1990 - Código de Defesa do Consumidor - e normas e princípios gerais dos contratos.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - FORO

18.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de RIO BRANCO - ACRE.

E por estarem justos e contratados, assinam o presente em duas vias de igual teor e forma, na presença das Testemunhas abaixo nomeadas.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

19.1 As partes se obrigam a cumprir a Lei Geral de Proteção de Dados - Lei nº 13.709/2018, no que for cabível em face do objeto deste contrato, em especial a:

19.2 guardar sigilo quanto aos dados pessoais aos quais eventualmente tenham acesso em razão da execução do objeto deste contrato;

19.3 tratar os dados pessoais recebidos de acordo com a finalidade da contratação, de modo legítimo e lícito, entendendo-se por tratamento de dados os atos que se refiram a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração de dados;

19.4 garantir ao titular de dados a consulta gratuita e facilitada aos seus dados pessoais, bem como a forma, duração e finalidade do tratamento;

19.5 não utilizar os dados pessoais recebidos ou tratá-los com fins discriminatórios, ilícitos, abusivos ou para finalidade distinta da contratação;

19.6 fazer uso somente dos dados pessoais que forem imprescindíveis à execução do objeto;

19.7 adotar todas as medidas previstas em lei para evitar o vazamento de dados pessoais que receber ou o acesso por pessoal não autorizado;

19.8 em caso de vazamento de dados pessoais, adotar as providências necessárias para mitigar as consequências do dano, informando ao contratante, no prazo de até 48 (quarenta e oito) horas:

a) descrição da natureza dos dados pessoais afetados;

b) as informações sobre os titulares envolvidos;

c) a indicação das medidas técnicas e de segurança utilizadas para a proteção dos dados, observados os segredos comercial e industrial;

d) os riscos relacionados ao incidente;

e) os motivos da demora, no caso de a comunicação não ter sido imediata; e

f) as medidas que foram ou que serão adotadas para reverter ou mitigar os efeitos do prejuízo.

g) demonstrar, sempre que solicitado, a adoção de medidas eficazes para comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados;

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO

- 19.9** demonstrar, sempre que solicitado, a adoção de medidas eficazes para comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados;
- 19.10** utilizar medidas técnicas e organizacionais de modo a proteger os dados pessoais de tratamento não autorizado;
- 19.11** armazenar os dados somente pelo período necessário para cumprir as obrigações contratuais e legais;
- 19.12** apagar todos os dados pessoais quando solicitado pelo contratante ou, não sendo possível, justificar com a base legal ou contratual a retenção dos dados;
- 19.13** anonimizar os dados pessoais quando solicitado pelo contratante, ou, não sendo possível, justificar com a base legal ou contratual; e
- 19.14** não compartilhar com terceiros, em hipótese alguma, os dados pessoais que receber em decorrência do contrato.
- 19.15** O contratado ficará obrigado a reparar os danos patrimoniais ou morais, individuais ou coletivos, que sua ação ou omissão, no exercício da atividade de tratamento de dados pessoais relativas a este contrato, em violação à legislação de proteção de dados pessoais, causarem ao contratante ou a terceiros, sem prejuízo das demais sanções contratuais.

CLÁUSULA VIGÉSIMA - DA DISPOSIÇÕES ANTICORRUPÇÃO

20.1 Na forma da Lei Federal nº 12.846/2013, regulamentada pelo Decreto Municipal nº 948/2014, para a execução deste contrato, nenhuma das partes poderá oferecer, dar ou se comprometer a dar a quem quer que seja, ou aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto através de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou não financeiras ou benefícios de qualquer espécie que constituam prática ilegal ou de corrupção sob as leis de qualquer país, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto deste contrato, ou de outra forma que não relacionada a este contrato, devendo garantir, ainda, que seus prepostos e colaboradores ajam da mesma forma e observando sempre a legislação pertinente.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – DA PUBLICAÇÃO E DO REGISTRO

21.1. O CONTRATANTE providenciará a publicação deste contrato, por extrato, no Diário Oficial do Estado do Acre – DOE/AC, nos termos do Art. 61, parágrafo único, da Lei no 14.133/2021.

Rio Branco - Acre, 08 de agosto de 2025.

Secretário da Secretaria Municipal da Casa Civil

Representante legal pela CONTRATANTE

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO X – MINUTA DO CONTRATO**

X-X-X-X-X-X-X-X-X-X-X-X-X-X-X-X

Representante legal pela CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

1º: _____ CPF Nº:

2º: _____ CPF Nº:

Comissão Permanente de Licitação – CPL 02

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 015/2025
ANEXO XI – TABELA FENAPRO**

**FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA - FENAPRO
TABELA REFERENCIA DE CUSTOS
MAIO DE 2025 A MAIO DE 2026**

EM ANEXO



PREFEITURA DE
RIO BRANCO

PRODUÇÃO, TECNOLOGIA,
EMPREGO E DIGNIDADE

SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação



fenapro
FEDERAÇÃO NACIONAL DAS
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA



**REFERENCIAL
DE CUSTOS
DE SERVIÇOS
INTERNOS**

ACRE
Vigência:
05/05/2025
04/05/2026



PREFEITURA DE
RIO BRANCO

PRODUÇÃO, TECNOLOGIA,
EMPREGO E DIGNIDADE

SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

Às Agências de Propaganda,

A presente "Lista Referencial de Custos de Serviços Internos" foi elaborada pela Federação Nacional das Agências de Propaganda - FENAPRO, no uso de sua competência legal, em razão do Sindicato das Agências de Propaganda desta região estar em processo de fundação.

A atualização foi procedida levando em consideração a última Lista emitida pela FENAPRO, aplicada a variação do IPCA no período.

Os valores contemplados nesta Lista são referenciais e a FENAPRO recomenda que sejam observados pelas agências de Propaganda do Estado, na prestação de serviços publicitários tanto para clientes da iniciativa privada como da Administração Pública, com relação a estes, no que não forem contrários ao que dispõe o art. 2º, §2º, da Lei nº 12.232/2010.

Dúvidas que porventura possam surgir na execução deste REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS deverão ser encaminhadas à FENAPRO, por meio dos nossos canais de atendimento "SINAPRO/FENAPRO RESPONDE":

- E-mail: sac@fenapro.org.br
- Telefone/whatsapp: (11) 2626 2401
- Site: www.fenapro.org.br

A FENAPRO representa, em nível nacional, a categoria das Agências de Propaganda, regulamentada pela Lei nº 4.680/1965, pelo Decreto nº 57.690/1966, alterado pelo Decreto nº 4.563/2002, atuando em defesa dos interesses da citada categoria independentemente de filiação/associação das Agências de Propaganda, nos estados desprovidos de Sindicatos.

MAIO DE 2025

DANIEL QUEIROZ

Presidente





SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

1) PLANEJAMENTO		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
1.1	Investimento até R\$ 500.000,00	R\$ 2.919	R\$ 4.865		R\$ 10.703
1.2	Investimento entre R\$ 500.000,01 e R\$ 2.000.000,00	R\$ 5.838	R\$ 9.729		R\$ 21.405
1.3	Investimento acima de R\$ 2.000.000,01	R\$ 11.674	R\$ 19.459		R\$ 42.809
1.4	Planejamento Anual Institucional	R\$ 11.458	R\$ 19.095		R\$ 42.010
1.5	Planejamento Anual Promocional	R\$ 11.458	R\$ 19.095		R\$ 42.010
1.6	Diagnóstico Empresarial (por hora de Consultoria)	R\$ 265	R\$ 443		R\$ 974
1.7	Planejamento de Ação Promocional	R\$ 7.565	R\$ 12.609		R\$ 27.741
1.8	Planejamento de Ação Guerrilha	R\$ 3.541	R\$ 5.901		R\$ 12.985
1.9	Planejamento de Campanha de Incentivo e/ou Relacionamento	R\$ 7.083	R\$ 11.804		R\$ 25.970
1.10	Planejamento de Campanha de Institucional e/ou Promocional	R\$ 12.314	R\$ 20.524		R\$ 45.154
1.11	Planejamento de Convenção, Eventos e Feiras	R\$ 12.314	R\$ 20.524		R\$ 45.154
1.12	Planejamento de Comunicação Nacional	R\$ 22.134	R\$ 36.890		R\$ 81.159
1.13	Planejamento de Comunicação Estadual	R\$ 11.458	R\$ 19.095		R\$ 42.010
1.14	Planejamento de Comunicação Regional	R\$ 7.565	R\$ 12.609		R\$ 27.741
1.15	Planejamento de Mídia	R\$ 16.679	R\$ 27.799		R\$ 61.158
1.16	Planejamento de Lançamento de Produto/ Relançamento de Produto	R\$ 10.108	R\$ 16.845		R\$ 37.060
1.17	Planejamento de Lançamento de Empresa	R\$ 11.066	R\$ 18.445		R\$ 40.579
1.18	Planejamento de Lançamento Imobiliário	R\$ 7.083	R\$ 11.804		R\$ 24.201



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

1.19	Planejamento de Brindes	R\$ 8.339	R\$ 13.899		R\$ 30.578
1.20	Planejamento de Catálogo	R\$ 8.339	R\$ 13.899		R\$ 30.578
2.) CRIAÇÃO DE CAMPANHAS		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
2.1	Campanha Institucional/Promocional	R\$ 8.809	R\$ 14.681	R\$ 7.341	R\$ 32.301
2.2	Criação de Tema/Conceito de Campanha		R\$ 12.456		R\$ 27.404
3.) MARCAS/NOMES		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
3.1	Logotipo/Logomarca da Empresa ou Produto	R\$ 7.106	R\$ 11.845	R\$ 5.923	R\$ 26.059

3.2	Logotipo/Logomarca Promocional	R\$ 2.655	R\$ 4.426	R\$ 2.213	R\$ 9.738
3.3	Logotipo/Logomarca Reformulação	R\$ 5.331	R\$ 8.886	R\$ 4.438	R\$ 19.551
3.4	Manual de Identidade Visual/Identificação Corporativa (por lâmina)	R\$ 1.770	R\$ 2.950	R\$ 1.475	R\$ 6.493
3.5	Manual de Utilização de Logotipo/Logomarca (até 10 páginas)	R\$ 1.505	R\$ 2.508	R\$ 1.254	R\$ 5.519
3.6	Nome da Empresa ou Produto	R\$ 7.106	R\$ 11.845	R\$ 5.923	R\$ 26.059
3.7	Slogan Empresa	R\$ 1.328	R\$ 2.213	R\$ 1.106	R\$ 4.869
3.8	Slogan Produto	R\$ 1.408	R\$ 2.348	R\$ 1.174	R\$ 5.164
4) PAPELARIA		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
4.1	Bloco de anotações	R\$ 904	R\$ 1.508	R\$ 754	R\$ 3.316
4.2	Bloco de orçamento	R\$ 784	R\$ 1.308	R\$ 654	R\$ 2.876
4.3	Cartão de visita	R\$ 805	R\$ 1.343	R\$ 671	R\$ 2.954
4.4	Cartão de visita (alteração de nome/endereço)				R\$ 285
4.5	Envelope (por modelo)	R\$ 905	R\$ 1.509	R\$ 754	R\$ 3.319
4.6	Etiqueta de roupa	R\$ 135	R\$ 226	R\$ 113	R\$ 498
4.7	Papel (por modelo)	R\$ 840	R\$ 1.401	R\$ 700	R\$ 3.083



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

4.8	Papel timbrado (por modelo)	R\$ 810	R\$ 1.349	R\$ 674	R\$ 2.968
4.9	Papel embrulho/presente	R\$ 1.233	R\$ 2.055	R\$ 1.028	R\$ 4.519
4.10	Pasta	R\$ 1.451	R\$ 2.420	R\$ 1.210	R\$ 5.323
5) MÍDIA IMPRESSA > JORNAL		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
5.1	Página dupla	R\$ 3.376	R\$ 5.629	R\$ 2.623	R\$ 12.381
5.2	01 página	R\$ 2.716	R\$ 4.526	R\$ 2.110	R\$ 9.960
5.3	Rouba-página	R\$ 2.248	R\$ 3.748	R\$ 1.746	R\$ 8.244
5.4	1/2 página	R\$ 2.188	R\$ 3.646	R\$ 1.823	R\$ 8.023
5.5	1/3 de página	R\$ 2.075	R\$ 3.459	R\$ 1.730	R\$ 7.611
5.6	1/4 de página	R\$ 1.919	R\$ 3.199	R\$ 1.599	R\$ 7.411
5.7	1/8 de página	R\$ 1.476	R\$ 2.461	R\$ 1.230	R\$ 5.414
5.8	Valor Mínimo	R\$ 1.329	R\$ 2.215	R\$ 1.108	R\$ 4.874
5.9	Encarte (por página)	R\$ 1.779	R\$ 2.964	R\$ 1.481	R\$ 6.521
5.10	Projeto Especial/Gráfico				R\$ 24.790
6) MÍDIA IMPRESSA > PUBLICIDADE LEGAL / BALANÇOS		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
6.1	Página dupla	R\$ 1.693	R\$ 2.820	R\$ 1.409	R\$ 6.205
6.2	1 página	R\$ 1.305	R\$ 2.175	R\$ 1.088	R\$ 4.785
6.3	Rouba-página	R\$ 1.105	R\$ 1.843	R\$ 921	R\$ 4.054
6.4	1/2 página	R\$ 1.138	R\$ 1.895	R\$ 946	R\$ 4.169
6.5	1/3 de página	R\$ 1.053	R\$ 1.754	R\$ 876	R\$ 3.860
6.6	1/4 de página	R\$ 991	R\$ 1.651	R\$ 826	R\$ 3.633
6.7	1/8 de página	R\$ 576	R\$ 960	R\$ 480	R\$ 2.113
6.8	Valor Mínimo	R\$ 291	R\$ 486	R\$ 244	R\$ 1.071
7) MÍDIA IMPRESSA > REVISTA		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
7.1	Página dupla	R\$ 2.379	R\$ 3.966	R\$ 1.983	R\$ 8.724
7.2	1 página	R\$ 1.825	R\$ 3.044	R\$ 1.523	R\$ 6.696
7.3	2/3 de página	R\$ 1.511	R\$ 2.519	R\$ 1.259	R\$ 5.541
7.4	1/2 página	R\$ 1.255	R\$ 2.093	R\$ 1.046	R\$ 4.603
7.5	1/4 de página	R\$ 1.043	R\$ 1.738	R\$ 869	R\$ 3.824



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

7.6	Valor Mínimo	R\$ 71	R\$ 1.218	R\$ 609	R\$ 2.679
7.7	Encarte por página	R\$ 1.891	R\$ 3.151	R\$ 1.575	R\$ 6.935
7.8	Projeto Especial/Gráfico	R\$ 6.760	R\$ 11.268	R\$ 5.634	R\$ 24.790
8) GRAVAÇÃO DE ARQUIVOS PARA VEICULAÇÃO OU TRANSMISSÃO VIA REDE		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
8.1	Página dupla				R\$ 979
8.2	1 página				R\$ 695
8.3	Rouba-página				R\$ 584
8.4	1/2 página				R\$ 510
8.5	1/3 de página				R\$ 473
8.6	1/4 de página				R\$ 364
8.7	Valor Mínimo				R\$ 259
9) MÍDIA ELETRÔNICA > AUDIOVISUAIS		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
9.1	Assinatura/Vinheta Eletrônica	R\$ 3.338	R\$ 5.563		R\$ 12.238
9.2	Audiovisual/Documentário 3' a 5' (Roteiro)	R\$ 7.436	R\$ 12.395		R\$ 27.269
9.3	Audiovisual/Documentário 5' a 10' (Roteiro)	R\$ 10.413	R\$ 17.353		R\$ 38.176
9.4	Audiovisual/Documentário 10' a 20' (Roteiro)	R\$ 13.883	R\$ 23.138		R\$ 50.903
9.5	Audiovisual/Documentário acima de 20' (Roteiro)				a combinar
9.6	Audiovisual/Documentário (Direção de Arte)	R\$ 3.221	R\$ 5.371		R\$ 11.816
9.7	Filme/VT (Direção de Arte)	R\$ 1.363	R\$ 2.271		R\$ 4.999
9.8	Filme/VT institucional de até 30" (Roteiro)	R\$ 3.674	R\$ 6.124		R\$ 13.471
9.9	Filme/VT institucional de até 60" (Roteiro)	R\$ 4.726	R\$ 7.879		R\$ 17.335
9.10	Filme/VT institucional de 60" a 2' (Roteiro)	R\$ 6.021	R\$ 10.035		R\$ 22.078



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

9.11	Filme/VT ofertas de até 30'' (Roteiro)	R\$ 2.355	R\$ 3.925		R\$ 8.635
9.12	Filme/VT ofertas de até 60'' (Roteiro)	R\$ 3.160	R\$ 5.268		R\$ 11.589
9.13	Filme / VT Ofertas de 60'' a 2' (Roteiro)	R\$ 3.841	R\$ 6.404		R\$ 14.089
9.14	Jingle de até 30'' (Roteiro)	R\$ 2.496	R\$ 4.161		R\$ 9.154
9.15	Jingle de 30'' a 60'' (Roteiro)	R\$ 2.993	R\$ 4.988		R\$ 10.973
9.16	Jingle de 60'' a 2' (Roteiro)	R\$ 3.488	R\$ 5.814		R\$ 12.790
9.17	Lembrete/Cartela para TV	R\$ 155	R\$ 260		R\$ 573
9.18	Locução de Cabine até de 60''/Testemunhal	R\$ 985	R\$ 1.643		R\$ 3.614
9.19	Locução de Cabine acima de 60''/Testemunhal	R\$ 1.478	R\$ 2.463		R\$ 5.418
9.20	Motion design acima 45''	R\$ 2.390	R\$ 3.984		R\$ 8.765

9.21	Motion design até 15''	R\$ 1.328	R\$ 2.213		R\$ 4.869
9.22	Motion design de 15'' até 30''	R\$ 1.571	R\$ 2.619		R\$ 5.763
9.23	Motion design de 30'' até 45''	R\$ 2.059	R\$ 3.431		R\$ 7.548
9.24	Novelinha de até 5'	R\$ 5.495	R\$ 9.159		R\$ 20.151
9.25	Novelinha (por minuto excedente)	R\$ 884	R\$ 1.474		R\$ 3.241
9.26	Roteiro/Carro de Som	R\$ 2.106	R\$ 3.511		R\$ 7.726
9.27	Roteiro/Merchandising	R\$ 2.106	R\$ 3.511		R\$ 7.726
9.28	Roteiro Flash/Foguete		R\$ 3.511		R\$ 7.726
9.29	Spot de até 30'' (Roteiro)	R\$ 1.115	R\$ 1.859		R\$ 4.090
9.30	Spot de 30'' a 60'' (Roteiro)	R\$ 1.610	R\$ 2.685		R\$ 5.908
9.31	Spot de 60'' a 2' (Roteiro)	R\$ 2.106	R\$ 3.511		R\$ 7.726
9.32	Static design	R\$ 1.726	R\$ 2.876		R\$ 6.330
9.33	Storyboard (por quadro)	R\$ 100	R\$ 168		R\$ 369

SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

10) GRAVAÇÃO E TRANSMISSÃO (VIA REDE)		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
10.1	Spot	R\$ 131	R\$ 218		R\$ 481
10.2	Jingle/Trilha	R\$ 131	R\$ 218		R\$ 481
10.3	Letreiros/Assinatura para TV (Unitário)	R\$ 156	R\$ 233		R\$ 574
11) MÍDIA > OUTDOOR		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
11.1	Banco de praça	R\$ 743	R\$ 1.239	R\$ 619	R\$ 2.726
11.2	Busdoor	R\$ 1.488	R\$ 2.479	R\$ 1.239	R\$ 5.454
11.3	Bus-side	R\$ 2.124	R\$ 3.541	R\$ 1.770	R\$ 7.791
11.4	Faixa de rua	R\$ 743	R\$ 1.306	R\$ 690	R\$ 2.874
11.5	Faixa para avião	R\$ 486	R\$ 811	R\$ 406	R\$ 1.785
11.6	Gradil	R\$ 486	R\$ 811	R\$ 406	R\$ 1.785
11.7	Minidoor	R\$ 1.638	R\$ 2.729	R\$ 1.365	R\$ 6.005
11.8	Muro	R\$ 908	R\$ 1.513	R\$ 756	R\$ 3.328
11.9	Ônibus/Abrigo	R\$ 1.488	R\$ 2.479	R\$ 1.239	R\$ 5.454
11.10	Ônibus/Testeira de Ponto	R\$ 1.291	R\$ 2.153	R\$ 1.075	R\$ 4.735
11.11	Outdoor	R\$ 2.124	R\$ 3.541	R\$ 1.770	R\$ 7.791
11.12	Outdoor duplo	R\$ 2.390	R\$ 3.984	R\$ 1.991	R\$ 8.765
11.13	Painel (triface/backlight/frontlight)	R\$ 2.494	R\$ 4.156	R\$ 2.079	R\$ 9.145
11.14	Painel eletrônico	R\$ 1.983	R\$ 3.305	R\$ 1.770	R\$ 7.271
11.15	Placa comemorativa	R\$ 743	R\$ 1.239	R\$ 619	R\$ 2.726
11.16	Placa de esquina	R\$ 974	R\$ 1.623	R\$ 811	R\$ 3.570
11.17	Placa de estrada	R\$ 1.983	R\$ 3.305	R\$ 1.770	R\$ 7.271
11.18	Placa de obra	R\$ 1.610	R\$ 2.685	R\$ 1.343	R\$ 5.908
11.19	Placa de sinalização	R\$ 805	R\$ 1.343	R\$ 671	R\$ 2.954
11.20	Pórtico de entrada				a combinar
11.21	Prédio/Empena	R\$ 2.185	R\$ 4.869	R\$ 1.696	R\$ 7.466
11.22	Prédio/Envelopamento	R\$ 2.921	R\$ 4.869	R\$ 2.611	R\$ 11.495
11.23	Protetor de árvores	R\$ 619	R\$ 1.033	R\$ 516	R\$ 2.271
11.24	Relógio digital	R\$ 929	R\$ 1.549	R\$ 775	R\$ 3.408
11.25	Sanca (metrô/trem)	R\$ 929	R\$ 1.549	R\$ 775	R\$ 3.408
11.26	Tapume	R\$ 1.610	R\$ 2.685	R\$ 1.343	R\$ 5.908

SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

11.27	Táxi/Teto Luminoso	R\$ 743	R\$ 1.239	R\$ 619	R\$ 2.726
11.28	Taxidoor	R\$ 1.488	R\$ 2.479	R\$ 1.239	R\$ 5.454
11.29	Envelopamento de carro grande	R\$ 1.460	R\$ 2.434	R\$ 1.218	R\$ 5.356
11.30	Envelopamento de carro pequeno	R\$ 1.416	R\$ 2.360	R\$ 1.180	R\$ 5.194
11.31	Envelopamento de frota	R\$ 3.541	R\$ 5.901	R\$ 2.950	R\$ 12.985
11.32	Envelopamento de ônibus	R\$ 1.681	R\$ 2.803	R\$ 1.401	R\$ 6.168
11.33	Fachada publicitária	R\$ 3.541	R\$ 5.901	R\$ 2.950	R\$ 12.985
12.) MÍDIA > INDOOR		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
12.1	Adesivo Lateral de Escada Rolante	R\$ 1.239	R\$ 2.065	R\$ 1.033	R\$ 4.544
12.2	Cartaz Interno de Terminais	R\$ 1.239	R\$ 2.065	R\$ 1.033	R\$ 4.544
12.3	Colunas de Garagem	R\$ 619	R\$ 1.033	R\$ 516	R\$ 2.271
12.4	Decoração de Vitrine	R\$ 1.983	R\$ 3.305	R\$ 1.653	R\$ 7.271
12.5	Envelopamento da Parte Superior de Portas	R\$ 619	R\$ 1.033	R\$ 516	R\$ 2.271
12.6	Envelopamento de Mesas	R\$ 619	R\$ 1.033	R\$ 516	R\$ 2.271
12.7	Envelopamento de Portas	R\$ 619	R\$ 1.033	R\$ 516	R\$ 2.271
12.8	Floordoor	R\$ 943	R\$ 1.571	R\$ 785	R\$ 3.456
12.9	Pequenos Painéis Indoor	R\$ 1.239	R\$ 2.065	R\$ 1.033	R\$ 4.544
12.10	Placa de Sinalização Inmall	R\$ 743	R\$ 1.239	R\$ 619	R\$ 2.726
12.11	Tapume	R\$ 1.610	R\$ 2.685	R\$ 1.343	R\$ 5.908
13) DESIGN EDITORIAL		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
13.1	Boletim/Informativo até 04 pág.	R\$ 2.876	R\$ 4.795	R\$ 2.398	R\$ 10.550
13.2	Boletim/Informativo até 08 pág.	R\$ 4.316	R\$ 7.194	R\$ 3.596	R\$ 15.826
13.3	Boletim/Informativo até 16 pág.	R\$ 6.463	R\$ 10.771	R\$ 5.385	R\$ 23.698
13.4	Boletim/Informativo até 32 pág.	R\$ 8.100	R\$ 13.501	R\$ 6.751	R\$ 29.704
13.5	Boletim/Informativo acima de 32 pág.				a combinar
13.6	Catálogo Capa/Miolo até 04 pág.	R\$ 4.834	R\$ 8.056	R\$ 4.028	R\$ 17.724



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

13.7	Catálogo Capa/Miolo até 08 pág.	R\$ 6.043	R\$ 10.071	R\$ 5.035	R\$ 22.156
13.8	Catálogo Capa/Miolo até 16 pág.	R\$ 7.555	R\$ 12.590	R\$ 6.295	R\$ 27.700
13.9	Catálogo Capa/Miolo acima de 16 pág.				a combinar
13.10	CD ou DVD Projeto Capa/Bolacha/Encarte simples	R\$ 2.280	R\$ 3.801	R\$ 1.900	R\$ 8.363
13.11	CD ou DVD Projeto Capa/Bolacha/Encarte de 08 a 16 pág.	R\$ 3.479	R\$ 5.799	R\$ 2.900	R\$ 12.759
13.12	Cordel Capa e Miolo até 12 pág.	R\$ 4.028	R\$ 6.714	R\$ 3.358	R\$ 14.770
13.13	Cordel Capa e Miolo até 24 pág.	R\$ 5.035	R\$ 8.391	R\$ 4.195	R\$ 18.463
13.14	Cordel Capa e Miolo acima de 24 pág.				a combinar
13.15	House Organ Projeto/Editoração até 04 pág.	R\$ 4.834	R\$ 8.056	R\$ 4.028	R\$ 17.724

13.16	House Organ Projeto/Editoração até 08 pág.	R\$ 6.043	R\$ 10.071	R\$ 5.035	R\$ 22.156
13.17	House Organ Projeto/Editoração até 16 pág.	R\$ 7.560	R\$ 12.601	R\$ 6.300	R\$ 27.724
13.18	House Organ Projeto/Editoração acima de 16 pág.				a combinar
13.19	Livreto até 04 pág.	R\$ 4.028	R\$ 6.714	R\$ 3.358	R\$ 14.770
13.20	Livreto até 08 pág.	R\$ 6.043	R\$ 10.071	R\$ 5.035	R\$ 22.156
13.21	Livreto até 16 pág.	R\$ 9.048	R\$ 15.080	R\$ 7.540	R\$ 33.176
13.22	Livreto até 32 pág.	R\$ 11.341	R\$ 18.903	R\$ 9.451	R\$ 41.585
13.23	Livreto até 64 pág.	R\$ 14.193	R\$ 23.654	R\$ 11.828	R\$ 52.039



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

13.24	Livreto acima de 64 pág.				a combinar
13.25	Livro de Arte/Projeto Gráfico (capa)	R\$ 5.311	R\$ 8.853	R\$ 4.426	R\$ 19.478
13.26	Livro de Arte/Projeto Gráfico (miolo) até 104 pág.	R\$ 37.185	R\$ 61.975	R\$ 30.988	R\$ 136.346
13.27	Livro de Arte/Projeto Gráfico (miolo) até 256 pág.	R\$ 59.496	R\$ 99.161	R\$ 49.580	R\$ 218.155
13.28	Livro de Arte/Projeto Gráfico (miolo) acima de 256 pág.				a combinar
13.29	Livro Texto Corrido/Projeto Gráfico (capa)	R\$ 2.479	R\$ 4.131	R\$ 2.065	R\$ 9.089
13.30	Livro Texto Corrido/Projeto Gráfico (miolo) até 104 pág.	R\$ 7.436	R\$ 12.395	R\$ 6.198	R\$ 27.269
13.31	Livro Texto Corrido/Projeto Gráfico (miolo) até 256 pág.	R\$ 9.296	R\$ 15.494	R\$ 7.724	R\$ 34.086
13.32	Livro Texto Corrido/Projeto Gráfico (miolo) até 432 pág.	R\$ 11.620	R\$ 19.368	R\$ 9.684	R\$ 42.609
13.33	Livro Texto Corrido/Projeto Gráfico (miolo) acima de 432 pág.				a combinar
13.34	Livro Texto + fotos, ilustrações, tabelas, gráficos/Projeto Gráfico (capa)	R\$ 3.221	R\$ 5.371	R\$ 2.685	R\$ 11.816
13.35	Livro Texto + fotos, ilustrações, tabelas, gráficos/Projeto Gráfico (miolo) até 104 pág.	R\$ 9.668	R\$ 16.114	R\$ 8.056	R\$ 35.449
13.36	Livro Texto + fotos, ilustrações, tabelas, gráficos/Projeto Gráfico (miolo) até 256 pág.	R\$ 12.085	R\$ 20.141	R\$ 10.071	R\$ 44.313
13.37	Livro Texto + fotos, ilustrações, tabelas, gráficos/Projeto Gráfico (miolo) até 432 pág.	R\$ 15.106	R\$ 25.178	R\$ 12.588	R\$ 55.390
13.38	Livro Texto + fotos, ilustrações, tabelas, gráficos/Projeto Gráfico (miolo) acima de 432 pág.				a combinar

SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

13.39	Manual Técnico até 04 pág.	R\$ 4.028	R\$ 6.714	R\$ 3.358	R\$ 14.770
13.40	Manual Técnico até 08 pág.	R\$ 6.043	R\$ 10.071	R\$ 5.035	R\$ 22.156
13.41	Manual Técnico até 16 pág.	R\$ 9.048	R\$ 15.080	R\$ 7.540	R\$ 33.406
13.42	Manual Técnico até 32 pág.	R\$ 11.341	R\$ 18.903	R\$ 9.451	R\$ 41.585
13.43	Manual Técnico até 64 pág.	R\$ 14.193	R\$ 23.654	R\$ 11.828	R\$ 52.039

13.44	Manual Técnico acima de 64 pág.				a combinar
13.45	Portfólio (capa e miolo) até 08 pág.	R\$ 6.043	R\$ 10.071	R\$ 5.035	R\$ 22.156
13.46	Portfólio (capa e miolo) até 16 pág.	R\$ 7.560	R\$ 12.601	R\$ 6.300	R\$ 27.724
13.47	Portfólio (capa e miolo) até 32 pág.	R\$ 733	R\$ 15.804	R\$ 7.903	R\$ 34.768
13.48	Portfólio (capa e miolo) até 64 pág.	R\$ 525	R\$ 19.625	R\$ 9.813	R\$ 38.016
13.49	Portfólio (capa e miolo) acima de 64 pág.				a combinar
13.50	Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 8 pág.	R\$ 578	R\$ 9.296	R\$ 4.648	R\$ 20.451
13.51	Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 16 pág.	R\$ 723	R\$ 11.620	R\$ 5.809	R\$ 25.565
13.52	Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 32 pág.	R\$ 1.176	R\$ 14.460	R\$ 7.230	R\$ 31.814
13.53	Relatório de Diretoria (capa e miolo) até 64 pág.	R\$ 1.006	R\$ 18.344	R\$ 9.173	R\$ 40.358
13.54	Relatório de Diretoria (capa e miolo) acima de 64 pág.				a combinar
13.55	Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) até 16 pág.	R\$ 103	R\$ 14.755	R\$ 7.378	R\$ 32.463
13.56	Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) até 32 pág.	R\$ 13.280	R\$ 22.134	R\$ 11.066	R\$ 48.695
13.57	Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) até 64 pág.	R\$ 17.706	R\$ 29.511	R\$ 14.755	R\$ 64.926
13.58	Revista Projeto Gráfico (capa e miolo) acima de 64 pág.				a combinar



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

14) EMBALAGENS		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
14.1	Bula	R\$ 1.811	R\$ 3.020	R\$ 1.510	R\$ 6.644
14.2	Berço	R\$ 4.540	R\$ 7.566	R\$ 3.784	R\$ 16.648
14.3	Caixa de Display de Produto	R\$ 9.358	R\$ 15.596	R\$ 7.799	R\$ 34.313
14.4	Caixa de Embarque	R\$ 2.355	R\$ 3.925	R\$ 1.963	R\$ 8.635
14.5	Cartela com Saco	R\$ 3.558	R\$ 5.929	R\$ 2.964	R\$ 13.043
14.6	Cartela/Tag	R\$ 2.586	R\$ 4.311	R\$ 2.155	R\$ 9.485
14.7	Cinta para Embalagem	R\$ 929	R\$ 1.549	R\$ 775	R\$ 3.408
14.8	Display	R\$ 2.975	R\$ 4.958	R\$ 2.479	R\$ 10.908
14.9	Embalagem/Reformulação	R\$ 5.064	R\$ 8.440	R\$ 4.220	R\$ 18.568
14.10	Embalagem blister/sampling	R\$ 4.046	R\$ 6.746	R\$ 3.374	R\$ 14.841
14.11	Embalagem de Linha de Produtos (até 5 produtos)	R\$ 42.960	R\$ 71.603	R\$ 35.801	R\$ 157.524
14.12	Embalagem Produto	R\$ 10.720	R\$ 17.868	R\$ 8.934	R\$ 39.309
14.13	Embalagem Promocional	R\$ 6.280	R\$ 10.468	R\$ 5.234	R\$ 23.029
14.14	Luva	R\$ 3.344	R\$ 5.574	R\$ 2.785	R\$ 12.260
14.15	Mascote	R\$ 2.479	R\$ 4.131	R\$ 2.065	R\$ 9.089
14.16	Mock-up (sem custos de terceiros)	R\$ 8.681	R\$ 14.470	R\$ 7.234	R\$ 31.833
14.17	Pictograma	R\$ 2.213	R\$ 3.689	R\$ 1.844	R\$ 8.115
14.18	Rótulo	R\$ 2.574	R\$ 4.290	R\$ 2.145	R\$ 9.436
14.19	Rótulo / Reformulação	R\$ 2.833	R\$ 4.721	R\$ 2.360	R\$ 10.388
14.20	Rótulo de Linha de Produtos (até 05 produtos)	R\$ 8.676	R\$ 14.460	R\$ 7.230	R\$ 31.814

14.21	Rótulo Promocional	R\$ 3.099	R\$ 5.164	R\$ 2.581	R\$ 11.361
14.22	Sacola Institucional	R\$ 3.010	R\$ 5.016	R\$ 2.508	R\$ 11.038
14.23	Sacola Promocional	R\$ 1.239	R\$ 2.065	R\$ 1.033	R\$ 4.544
14.24	Vinheta para Embalagem	R\$ 2.294	R\$ 3.824	R\$ 1.911	R\$ 8.411
15) MATERIAIS IMPRESSOS		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
15.1	Agenda (por página, só troca de data)	R\$ 104	R\$ 174	R\$ 86	R\$ 381
15.2	Agenda (por página)	R\$ 561	R\$ 938	R\$ 468	R\$ 2.061
15.3	Agenda (só capa)	R\$ 1.550	R\$ 2.585	R\$ 1.293	R\$ 5.686

SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

15.4	Agenda/Projeto gráfico	R\$ 3.783	R\$ 6.306	R\$ 3.151	R\$ 13.871
15.5	Álbum Capa	R\$ 1.549	R\$ 2.581	R\$ 1.291	R\$ 5.680
15.6	Álbum Projeto/Finalização	R\$ 3.630	R\$ 6.050	R\$ 3.025	R\$ 13.310
15.7	Apostila Capa	R\$ 1.753	R\$ 2.921	R\$ 1.460	R\$ 6.428
15.8	Apostila Desenvolvimento (por página)	R\$ 486	R\$ 811	R\$ 406	R\$ 1.785
15.9	Bandeirola (por modelo)	R\$ 1.305	R\$ 2.175	R\$ 1.088	R\$ 4.785
15.10	Book Projeto/Finalização	R\$ 3.099	R\$ 5.164	R\$ 2.581	R\$ 11.361
15.11	Broadside (por página)	R\$ 643	R\$ 1.070	R\$ 535	R\$ 2.355
15.12	Broadside Projeto/Finalização	R\$ 3.364	R\$ 5.606	R\$ 2.803	R\$ 12.335
15.13	Caderno (Capa/Miolo)	R\$ 1.720	R\$ 2.869	R\$ 1.434	R\$ 6.311
15.14	Caderno (Capa)	R\$ 951	R\$ 1.588	R\$ 794	R\$ 3.493
15.15	Caderno Desenvolvimento (por página)	R\$ 248	R\$ 413	R\$ 206	R\$ 909
15.16	Calendário de Mesa Múltiplas Lâminas	R\$ 2.491	R\$ 4.131	R\$ 2.065	R\$ 9.089
15.17	Calendário de Parede Múltiplas Lâminas	R\$ 2.491	R\$ 4.131	R\$ 2.065	R\$ 9.089
15.18	Calendário (por Lâmina)	R\$ 1.160	R\$ 1.934	R\$ 966	R\$ 4.255
15.19	Calendário (por Lâmina)	R\$ 1.160	R\$ 1.934	R\$ 966	R\$ 4.255
15.20	Cardápio Projeto/Finalização	R\$ 3.718	R\$ 6.198	R\$ 3.099	R\$ 13.634
15.21	Carnê (Capa)	R\$ 694	R\$ 1.158	R\$ 579	R\$ 2.546
15.22	Carnê (Capa/Miolo)	R\$ 929	R\$ 1.549	R\$ 775	R\$ 3.408
15.23	Cartaz/Pôster	R\$ 1.573	R\$ 2.623	R\$ 1.310	R\$ 5.768
15.24	Cartaz Institucional	R\$ 1.859	R\$ 3.099	R\$ 1.549	R\$ 6.816
15.25	Cartaz Promocional	R\$ 1.239	R\$ 2.065	R\$ 1.033	R\$ 4.544
15.26	Cartazete	R\$ 1.534	R\$ 2.350	R\$ 1.175	R\$ 5.168
15.27	Carteirinha	R\$ 309	R\$ 516	R\$ 259	R\$ 1.135
15.28	Circular/Carta	R\$ 640	R\$ 1.069	R\$ 535	R\$ 2.351
15.29	Convite	R\$ 1.164	R\$ 1.940	R\$ 970	R\$ 4.269
15.30	Diploma	R\$ 886	R\$ 1.478	R\$ 739	R\$ 3.250
15.31	Display de mesa	R\$ 1.340	R\$ 2.233	R\$ 1.115	R\$ 4.911
15.32	Editoração Tabela ou Gráfico	R\$ 619	R\$ 1.033	R\$ 516	R\$ 2.271
15.33	Folder (por dobra)	R\$ 1.859	R\$ 3.099	R\$ 1.549	R\$ 6.816
15.34	Formulário	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.931



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

15.35	Ingresso	R\$ 1.239	R\$ 2.065	R\$ 1.033	R\$ 4.544
15.36	Mala Direta	R\$ 2.850	R\$ 4.751	R\$ 2.375	R\$ 10.453
15.37	Press Release (por lauda)	R\$ 619	R\$ 1.033	R\$ 516	R\$ 2.271
16) MATERIAIS PROMOCIONAIS		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
16.1	Adesivo	R\$ 529	R\$ 883	R\$ 441	R\$ 1.940
16.2	Adesivo de chão/Vitrine	R\$ 1.513	R\$ 2.521	R\$ 1.323	R\$ 5.546
16.3	Avental	R\$ 991	R\$ 1.653	R\$ 826	R\$ 3.635
16.4	Back Drop	R\$ 1.239	R\$ 2.065	R\$ 1.033	R\$ 4.544
16.5	Balcão para Degustação	R\$ 5.494	R\$ 9.158	R\$ 4.578	R\$ 20.146
16.6	Bandeira	R\$ 589	R\$ 981	R\$ 490	R\$ 2.158

16.7	Bandeirola	R\$ 589	R\$ 981	R\$ 490	R\$ 2.158
16.8	Banner	R\$ 681	R\$ 1.135	R\$ 569	R\$ 2.499
16.9	Baralho	R\$ 1.735	R\$ 2.891	R\$ 1.445	R\$ 6.363
16.10	Bexiga/Bola/Balão	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.11	Blimp	R\$ 1.115	R\$ 1.859	R\$ 929	R\$ 4.090
16.12	Bloco de Recados	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.13	Boné	R\$ 681	R\$ 1.135	R\$ 569	R\$ 2.499
16.14	Botton	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.15	Braçadeira	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.16	Caixa de Fósforo	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.17	Calendário de Bolso	R\$ 805	R\$ 1.343	R\$ 671	R\$ 2.954
16.18	Camiseta	R\$ 619	R\$ 1.033	R\$ 516	R\$ 2.271
16.19	Caneta/Lápis	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.20	Canivete/Faca	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.21	Cartão de Agradecimento	R\$ 1.045	R\$ 1.740	R\$ 870	R\$ 3.831
16.22	Cartão de Aniversário	R\$ 1.488	R\$ 2.479	R\$ 1.239	R\$ 5.454
16.23	Cartão de Natal	R\$ 1.488	R\$ 2.479	R\$ 1.239	R\$ 5.454
16.24	Cartão Magnético/Crédito	R\$ 1.488	R\$ 2.479	R\$ 1.239	R\$ 5.454
16.25	Cartão Postal	R\$ 929	R\$ 1.549	R\$ 775	R\$ 3.408
16.26	Carteira para documentação de Veículos etc.	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.27	Cartela de Preço	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.28	Chapéu	R\$ 619	R\$ 1.033	R\$ 516	R\$ 2.271
16.29	Chaveiro	R\$ 619	R\$ 1.033	R\$ 516	R\$ 2.271
16.30	Cinta	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

16.31	Cinzeiro	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.32	Copo/Caneca/Garrafa	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.33	Crachá/Credencial	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.34	Cupom	R\$ 743	R\$ 1.239	R\$ 619	R\$ 2.726
16.35	Deflector Solar	R\$ 991	R\$ 1.653	R\$ 826	R\$ 3.635
16.36	Display de Balcão	R\$ 991	R\$ 1.653	R\$ 826	R\$ 3.635
16.37	Display de Ponta de Gôndola	R\$ 991	R\$ 1.653	R\$ 826	R\$ 3.635
16.38	Display de Preço	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.39	Display de Vitrine	R\$ 964	R\$ 1.608	R\$ 804	R\$ 3.539
16.40	Estandarte	R\$ 681	R\$ 1.135	R\$ 569	R\$ 2.499
16.41	Faixa de Gôndola	R\$ 1.085	R\$ 1.809	R\$ 904	R\$ 3.980
16.42	Ficha de Inscrição	R\$ 725	R\$ 1.208	R\$ 605	R\$ 2.659
16.43	Fita de Cabeça/Pulso	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.44	Flâmula	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.45	Flyer/Folheto/Panfleto/Filipeta (frente e verso)	R\$ 1.115	R\$ 1.859	R\$ 929	R\$ 4.090
16.46	Flyer/Folheto/Panfleto/Filipeta (frente)	R\$ 743	R\$ 1.239	R\$ 619	R\$ 2.726
16.47	Galhardete	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.48	Guardanapo	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.49	Guarda-sol	R\$ 991	R\$ 1.653	R\$ 826	R\$ 3.635
16.50	Imã de Geladeira	R\$ 743	R\$ 1.239	R\$ 619	R\$ 2.726
16.51	Inflável	R\$ 1.505	R\$ 2.508	R\$ 1.254	R\$ 5.519
16.52	Lenço	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.53	Leque	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.54	Marcador de Página	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.55	Medalha	R\$ 743	R\$ 1.239	R\$ 619	R\$ 2.726
16.56	MóBILE	R\$ 1.178	R\$ 1.963	R\$ 981	R\$ 4.318
16.57	Mouse pad	R\$ 991	R\$ 1.653	R\$ 826	R\$ 3.635
16.58	Nécessaire	R\$ 991	R\$ 1.653	R\$ 826	R\$ 3.635
16.59	Painel Fotográfico	R\$ 1.284	R\$ 2.139	R\$ 1.070	R\$ 4.706
16.60	Painel/Fundo de Palco	R\$ 2.169	R\$ 3.615	R\$ 1.808	R\$ 7.953
16.61	Papel de Bandeja	R\$ 1.284	R\$ 2.139	R\$ 1.070	R\$ 4.706
16.62	Passador de Gôndola	R\$ 991	R\$ 1.653	R\$ 826	R\$ 3.635
16.63	Pen Drive	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

16.64	Placa Inaugurativa/Comemoração	R\$ 991	R\$ 1.653	R\$ 826	R\$ 3.635
16.65	Plaqueta	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.66	Porta-copo	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.67	Praguinha	R\$ 619	R\$ 1.033	R\$ 516	R\$ 2.271
16.68	Prancha PVC	R\$ 743	R\$ 1.239	R\$ 619	R\$ 2.726
16.69	Press-kit/Pasta (capa e por lâmina)	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.70	Raspadinha	R\$ 991	R\$ 1.653	R\$ 826	R\$ 3.635
16.71	Régua	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.72	Risque-rabisque	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.73	Saia de mesa/Faixa de mesa	R\$ 619	R\$ 1.033	R\$ 516	R\$ 2.271
16.74	Selo	R\$ 991	R\$ 1.653	R\$ 826	R\$ 3.635
16.75	Stand para feiras/Envelopagem acima de 25 m	R\$ 5.578	R\$ 9.296	R\$ 4.648	R\$ 20.451
16.76	Stand para feiras/Envelopagem até 15 m	R\$ 3.275	R\$ 5.459	R\$ 2.729	R\$ 12.011
16.77	Stand para feiras/Envelopagem de 15 a 25 m	R\$ 4.338	R\$ 7.230	R\$ 3.615	R\$ 15.906
16.78	Stand para feiras/Projeto Publicitário				a combinar
16.79	Take One	R\$ 1.549	R\$ 2.581	R\$ 1.291	R\$ 5.680
16.80	Toalha	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.81	Troféu	R\$ 1.549	R\$ 2.581	R\$ 1.291	R\$ 5.680
16.82	Viseira	R\$ 496	R\$ 826	R\$ 413	R\$ 1.818
16.83	Welcome Package	R\$ 1.549	R\$ 2.581	R\$ 1.291	R\$ 5.680
16.84	Woobler	R\$ 1.178	R\$ 1.963	R\$ 981	R\$ 4.318
16.85	Totem	R\$ 1.815	R\$ 3.025	R\$ 1.513	R\$ 6.630
16.86	Uniforme	R\$ 3.088	R\$ 5.146	R\$ 2.573	R\$ 11.321
17) OUTROS SERVIÇOS		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
17.1	Tratamento de Imagens (outros)				a combinar
17.2	Tratamento de Imagens (simples)				R\$ 649
17.3	Valor de arte mínima				R\$ 909



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

17.4	Vetorização (por Logotipo)				R\$ 885
18) PRINT (POR CÓPIA)/MONTAGEM DE BONECO		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
18.1	Montagem de Boneco (mínimo de 1 hora)				R\$ 335
18.2	Formato A3 - Cor				R\$ 16
18.3	Formato A4 - Cor				R\$ 16
18.4	Formato A3 - P&B				R\$ 8
18.5	Formato A4 - P&B				R\$ 5
19) MULTIMÍDIA		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
19.1	PowerPoint até 30 telas				R\$ 7.791
19.2	PowerPoint acima de 30 telas				a combinar
20) DESIGN GRÁFICO POLÍTICO > IDENTIDADE VISUAL		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
20.1	Governador				R\$ 568.114
20.2	Senador				R\$ 519.418
20.3	Deputado Federal				R\$ 389.564
20.4	Deputado Estadual				R\$ 243.478
20.5	Prefeito Capital				R\$ 398.418
20.6	Prefeito Interior				R\$ 194.781
20.7	Vereador Capital				R\$ 129.854
20.8	Vereador Interior				R\$ 73.043
21) CAMPANHA POLÍTICA		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

21.1	Kit 1	R\$ 15.781	R\$ 26.304	R\$ 13.153	R\$ 52.609
.	1 santinho, 1 adesivo de carro, 1 adesivo de lapela, 2 cartazes, 1 fôlder, 1 hot site, 1 outdoor, 1 backlight, 1 marca, 2 variações de marca, 1 VT, 1 spot, 1 camiseta,				
	3 faixas, 1 banner, 1 tratamento de imagem.				
21.2	Kit 2	R\$ 25.253	R\$ 42.088	R\$ 21.043	R\$ 84.175
.	2 santinhos, 2 adesivos de carro, 2 adesivos de lapela, 3 cartazes, 2 fôlderes, 1 hot site 3 e-mails marketing 3 outdoors, 2 backlights, 2 marcas, 5 variações de marca, 2 VTs, 1 vinheta para TV, 3 vinhetas para rádio, 2 jingles, 2 spots, 2 camisetas, 5 faixas, 3 banners, 3 tratamentos de imagem.				
21.3	Kit 3	R\$ 47.348	R\$ 78.914	R\$ 39.458	R\$ 157.829



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

	3 santinhos, 3 adesivos de carro, 3 adesivos de lapela, 3 cartazes, 3 fôlderes, 1 hotsite 3 e-mails marketing 3 outdoors, 2 backlights, 3 marcas, 7 variações de marca, 5 VTs, 3 vinhetas para TV, 3 vinhetas para rádio, 3 jingles, 3 spots, 4 camisetas, 10 faixas, 6 banners, discursos, 3 tratamentos de imagem, fotógrafo e maquiador				
22) SERVIÇOS ADICIONAIS		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação
22.1	Cópia com CD				R\$ 310
22.2	Cópia com Pen Drive (unidade até 8 gigas)				R\$ 933
22.3	Digitação de Textos (por lauda até 1.200 toques)				R\$ 741
22.4	Digitação de Textos/Outros idiomas (por lauda)				R\$ 1.111
22.5	Infográfico em extensão - .jpg+ HTML estático	R\$ 3.379	R\$ 5.631	R\$ 2.815	R\$ 11.261
22.6	Infográfico em extensão - .swf ou HTML 5	R\$ 4.880	R\$ 8.133	R\$ 4.066	R\$ 16.266
22.7	Mapa de Localização Ilustrado	R\$ 2.275	R\$ 3.791	R\$ 1.896	R\$ 7.584
22.8	Mapa de Localização Simples	R\$ 1.515	R\$ 2.526	R\$ 1.263	R\$ 5.053
22.9	Tabela/Gráfico (mínimo)	R\$ 423	R\$ 704	R\$ 351	R\$ 1.406
22.10	Tabela/Gráfico (máximo)	R\$ 1.418	R\$ 2.361	R\$ 1.181	R\$ 4.724
DIGITAL					
23) ANÚNCIOS DISPLAY		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

23.1	Master (qualquer dimensão)	R\$ 1.501	R\$ 2.504	R\$ 1.253	R\$ 5.009
23.2	Adaptação (qualquer dimensão)	R\$ 658	R\$ 1.098	R\$ 550	R\$ 2.196
23.3	Replicação (ajustes de especificações para outros)	R\$ 786	R\$ 1.311	R\$ 655	R\$ 2.623

*Considerando horas de motion e replicação completa de uma campanha de display para a Google Display Network (GDN), 18 formatos.

24) FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS

24.1	Arranha-céu (skyscraper)				120 x 600
24.2	Arranha-céu largo (wide skyscraper)				160 x 600
24.3	Banner				468 x 60
24.4	Barra vertical				200 x 446
24.5	DHTML/Floater até pixels de área			Variável, 72.200	
24..6	Giga banner (cabeçalho grande)				970 x 90
24..7	Meia página (half page)				300 x 600
24..8	Outdoor (billboard)				970 x 250
24.9	Quadrado				250 x 250
24.10	Quadrado pequeno				200 x 200
24.11	Retângulo				180 x 150
24.12	Retângulo grande				336 x 280
24.13	Retângulo médio				300 x 250
24.14	Retângulo vertical				240 x 400
24.15	Super banner (cabeçalho)				728 x 90
24.16	Super banner expansível				728 x 90 - 728 x 300
25) MOBILE - FEATURE PHONES					



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

25.1	Small Banner	120 x 20			
25.2	Medium Banner	168 x 28			
25.3	Large Banner	216 x 36			
.	MOBILE > WEB & APPS				
25.4	Banner e Banner Expansível	300 x 50			
25.5	Wide Banner e Wide Banner	320 x 50			
25.6	Interstitial	300 x 250			
Observação: formatos padrão IAB e Google Display Network (GDN). Sujeitos a alteração.					
26) OUTRAS PEÇAS		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
26.1	Post simples/Anúncio Redes Sociais (jpg/gifs + texto)	R\$ 1.349	R\$ 2.249	R\$ 1.125	R\$ 4.499
26.2	Post Carrossel (jpg/gifs + texto)	R\$ 2.699	R\$ 4.499	R\$ 2.249	R\$ 8.998
26.3	Cover para Redes Sociais	R\$ 1.349	R\$ 2.249	R\$ 1.125	R\$ 749
26.4	Anúncio para Tablet Horizontal ou Vertical	R\$ 3.004	R\$ 5.009	R\$ 2.504	R\$ 18
26.5	Anúncio para Tablet Horizontal e Vertical	R\$ 4.508	R\$ 7.513	R\$ 3.756	R\$ 15.026
27) PROJETOS BUSINESS INTELLIGENCE		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
27.1	Análise de BI	R\$ 2.704	R\$ 4.506	R\$ 2.253	R\$ 9.014
28) PLANEJAMENTO DE CAMPANHAS DIGITAIS		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
28.1	Planejamento Estratégico de Campanhas Digitais	R\$ 14.205	R\$ 23.676	R\$ 23.676	R\$ 47.354
28.2	Planejamento de Mídia para Campanhas Digitais	R\$ 9.699	R\$ 16.164	R\$ 8.081	R\$ 32.329
29) GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE					
Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.					



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

29.1	REDE DE PESQUISA (LINKS PATROCINADOS)							
	Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada						
29.2	REDE DE DISPLAY							
	Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada						
29.3	PROGRAMÁTICA							
	Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada						
Observação: Preço mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$ 5.200/mês.								
30)	PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS	ADAPTAÇÃO (30%)				REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
30.1	<ul style="list-style-type: none">•Diagnóstico da presença nas redes sociais;•Definição dos objetivos a serem atingidos;•Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma;•Criação de guia de conteúdo, incluindo a identidade visual, recursos a ser utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial e volumetria;•Definição de métricas para acompanhamento;•Definição de ferramentas para análise de desempenho.	R\$ 10.946				R\$ 18.244	R\$ 9.121	R\$ 36.488
31)	GESTÃO DE REDES SOCIAIS	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO			
31.1	GESTÃO DE CANAIS E CONTEÚDO	R\$ 10.946	R\$ 18.244	R\$ 9.121	R\$ 36.488			

SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

•Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação;					
•Publicação de conteúdo próprio ou de terceiros;					
•Planejamento recorrente dos temas abordados no mês;					
•Customização das fanpages com o mote do período;					
•Gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo junto ao cliente;					
•Insights para a produção de conteúdo;					
•Entrega e apresentação de relatório mensal.					
31.2	GESTÃO DE MONITORAMENTO	R\$ 10.946	R\$ 18.244	R\$ 9.121	R\$ 36.488
•Monitoramento de interações das pessoas com a marca e com as postagens;					
•Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados;					
•Monitoramento de menções e da temperatura de humor;					
•Monitoramento de resultados de ações e campanhas;					
•Indicadores de desempenho (KPIs);					
•Acordo de Nível de Serviço 5 x 8;					
•Entrega e apresentação de relatório mensal.					
31.3	GESTÃO DE RELACIONAMENTO	R\$ 4.506	R\$ 7.511	R\$ 3.755	R\$ 15.024
•Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca;					
•Classificação do perfil de seguidores e influenciadores;					
•Monitoramento e análise para ações emergenciais com e sem complexidade;					
•Acordo de Nível de Serviço 5 x 8;					
•Volume médio de 150 interações por mês;					
•Entrega e apresentação de relatório mensal.					
Observação: Os preços não incluem contratação de ferramenta de gestão e monitoramento em redes sociais.					
32)	PROJETOS > SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
32.1	PLANEJAMENTO	R\$ 9.456	R\$ 15.761	R\$ 7.880	R\$ 31.613
•Análise do comportamento de busca do mercado da empresa;					
•Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência;					



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

• Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao domínio;					
• Definição dos melhores canais (buscadores);					
• Definição dos tipos de conteúdo mais adequados;					
• Definição das estratégias de link building;					
• Análise do ranking orgânico (organic) e de autoridade (authority);					
• Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas;					
• Traffic source: tendências no volume de buscas para o mercado/segmento, em todos os buscadores;					
• Análise do campo semântico para qualificação da audiência desejada;					
• Definição da estratégia de Gestão de Autoridade;					
• Definição de Metas e KPIs.					
Etapa fundamental para o sucesso dos projetos de SEO, o planejamento identifica os melhores termos (palavras-chave) e canais para posicionar a marca, considerando o produto/serviço, concorrência e, principalmente, volume de buscas na internet, a fim de assegurar o melhor posicionamento da marca nos sites de busca. São definidas as metas e os KPIs que nortearão a gestão de SEO. Estratégias de link building, conteúdo e performance também são definidas no planejamento, bem como melhorias técnicas para otimizar a indexabilidade nos mecanismos de busca.					
32.2	GESTÃO	R\$ 4.628	R\$ 7.713	R\$ 3.856	R\$ 15.301
32.3	GESTÃO DE SEO	R\$ 3.823	R\$ 6.371	R\$ 3.185	R\$ 12.744
33) PROJETOS > WEBSITE		ADAPTAÇÃO	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO	CRIAÇÃO



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

33.1	Responsivo com 10 seções. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 14.930	R\$ 24.884	R\$ 12.441	R\$ 49.768
33.2	Website	R\$ 5.971	R\$ 9.953	R\$ 4.976	R\$ 19.906
34)	PROJETOS > HOTSITE	ADAPTAÇÃO	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO	CRIAÇÃO
34.1	Hotsite de evento com 8 seções, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores.	R\$ 8.595	R\$ 14.326	R\$ 7.163	R\$ 28.653
34.2	Hotsite	R\$ 3.439	R\$ 5.731	R\$ 2.865	R\$ 11.463
35)	PROJETOS > MOBILE SITE	ADAPTAÇÃO	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO	CRIAÇÃO



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

35.1	Versão de um website já existente. 10 seções: home, empresa, serviços, galeria de mídias (fotos, vídeos), formulário de contato, formulário de orçamento, notícias, clientes, casos de sucesso, resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML, desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes em até 10 resoluções diferentes de dispositivos móveis.	R\$ 8.934	R\$ 14.890	R\$ 7.433	R\$ 29.780
36)	PROJETOS > BLOG	ADAPTAÇÃO	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO	CRIAÇÃO
O blog nada mais é do que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido.					



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

36.1	Responsivo com 5 seções: home, categoria de conteúdo, conteúdo, resultados de busca e fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 5.795	R\$ 9.658	R\$ 4.829	R\$ 19.316
36.2	Blog	R\$ 2.318	R\$ 3.863	R\$ 1.931	R\$ 7.726

37)	PROJETOS > LANDING PAGE	ADAPTAÇÃO	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO	criação
Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o					
usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.					
371	Página única de campanha já definida no planejamento, responsiva, com os seguintes elementos: até 3 banners em slider, até 2 blocos de textos, até 10 imagens, até 3 vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX),	R\$ 2.865	R\$ 4.775	R\$ 2.388	R\$ 9.551



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

	sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end				
	e back-end. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.				
37.2	Landing Page	R\$ 1.145	R\$ 1.910	R\$ 955	R\$ 3.820
*Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page: 1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo. 2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.					
38) PROJETOS > MOBILE APP		ADAPTAÇÃO	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO	CRIAÇÃO



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

38.1	Desenvolvimento de aplicativo híbrido, proprietário, para as plataformas Android e iOS. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Funcionalidades: login, logout, esqueci minha senha, termos de uso, cadastro, sobre o aplicativo, galeria de fotos, notícias, push notification, eventos, alteração de dados cadastrais. Painel de administração para atualização de conteúdo e apis de integração	R\$ 23.180	R\$ 38.634	R\$ 19.316	R\$ 77.269
	entre o back-end e o app. Compatibilidade e testes nas últimas versões de sistema operacional dos principais dispositivos.				
Observação: o preço não inclui produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.					
39)	PROJETOS > E-COMMERCE	ADAPTAÇÃO	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO	CRIAÇÃO



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

39.1	E-commerce para empresas de pequeno e médio porte com nível de maturidade média em venda online. Layout e desenvolvimento front-end e back-end. Personalização das seguintes páginas: home, categoria de produtos, produto, carrinho de compras, finalização de pedido, resultados de busca, institucional. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 19.398	R\$ 32.329	R\$ 16.164	R\$ 64.659
39.2	E-commerce	R\$ 7.759	R\$ 12.931	R\$ 6.465	R\$ 25.863

Observações:

- 1) O preço não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento e de formas de entrega e carga de produtos.
- 2) O preço não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que devem ser orçados à parte.
- 3) O preço não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

40) PROJETOS > E-MAIL MARKETING	ADAPTAÇÃO	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO	CRIAÇÃO
---	------------------	--------------------------	--------------------	----------------



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

40.1	CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DO HTML Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração.	R\$ 1.349	R\$ 2.249	R\$ 1.125	R\$ 4.499
40.2	OUTROS SERVIÇOS DE E-MAIL MARKETING Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.				a combinar
41)	PROJETOS >	ADAPTAÇÃO	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO	CRIAÇÃO
NEWSLETTER					
41.1	CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DO HTML Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração.	R\$ 1.349	R\$ 2.249	R\$ 1.125	R\$ 4.499
	*Conteúdo especializado produzido pelo cliente.				



SECRETARIA MUNICIPAL DA CASA CIVIL
Secretaria Especial de Comunicação

41.2	OUTROS SERVIÇOS DE NEWSLETTER Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.				a combinar
44) MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL					
Custos referenciais hora-homem para planejamento, criação, execução e gestão de projetos digitais, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis.					
Exemplos: <ul style="list-style-type: none">• Site, mobile site, hotsite, e-commerce, landing page, blog e mobile app;• Análise de presença, planejamento e gestão de marcas em redes sociais;• Planejamento e gestão de campanhas digitais;					
Existem 5 áreas básicas, necessárias para o desenvolvimento dos serviços digitais:					
Planejamento	380 a 457				
Atendimento e Gestão	305 a 381				
Design/Criação	305 a 381				
Produção de Conteúdo (web ou redes sociais)	264 a 323				
Programação	228 a 305				