

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 70/2025 – COMUNICAÇÃO SOCIAL - ALECE

LICITAÇÃO DO TIPO MELHOR TÉCNICA PARA CONTRATAÇÃO DE 03 (TRÊS) AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO CEARÁ.



CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 70/2025 – ALECE

Processo n.º 04435/2025

A **Assembleia Legislativa do Estado do Ceará**, inscrita no CNPJ sob n.º 06.750.525/0001-20, por intermédio da Comissão Especial de Contratação, designada por Ato da Presidência e Mesa Diretora da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, que ora integra os autos, torna público que realizará licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, na forma presencial, a ser julgada pelo critério de **MELHOR TÉCNICA**, em **regime de Empreitada por Preço Global**, em razão do nível de qualificação técnica da agência a ser contratada for requisito essencial para a adequada execução contratual e soberano no processo de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, mediante as condições estabelecidas no presente instrumento convocatório, sob a regência da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010; e aplicação, de forma *subsidiária*, da Lei n.º 14.133, de 01 de abril de 2021, da Lei n.º 4.680, de 18 de junho de 1965, do Decreto n.º 57.690, de 1.º de fevereiro de 1966; as complementares constantes no Ato Normativo n.º 327, de 31 de março de 2023 da Assembleia Legislativa do Ceará; e das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP; além das demais legislações correlatas e de outras normas aplicáveis ao objeto deste certame e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital.

HORA, DATA E LOCAL

Os envelopes contendo as Propostas Técnicas e de Preço deverão ser entregues pessoalmente, na sede da CEC, localizada na Central de Contratações da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, situada no Anexo I, Edifício César Cals, sito à Av. Desembargador Moreira n.º 150, Bairro Dionísio Torres, CEP 60.170-900, Fortaleza – CE, na sessão pública marcada para as **10:00 horas do dia 12 de agosto de 2025**.

GLOSSÁRIO

Sempre que as palavras ou siglas indicadas abaixo aparecerem neste Edital, ou em quaisquer de seus anexos, terão os seguintes significados:

I – **ação publicitária**: o conjunto dos serviços executados internamente pela empresa contratada e dos serviços por ela intermediados junto a fornecedores e a veículos de divulgação, referente a peça e ou material publicitário, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir idéias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral;

II – **agência de propaganda e publicidade**: a empresa especializada na arte e na técnica publicitária que, com a colaboração de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e divulga publicidade;

III – **licitante/proponente**: pessoa jurídica especializada na prestação de produção e gestão de conteúdo publicitário que participe ou manifeste a intenção de participar de processo licitatório, sendo-lhe equiparável, para fins da Lei, o fornecedor ou o prestador de serviço que, em atendimento à solicitação da Administração, oferece proposta;

IV – **contrato**: o instrumento firmado entre órgão ou entidade e a empresa para a prestação de serviços especializados de gestão e conteúdo publicitário;

V – **contratante/anunciante:** o órgão ou a entidade que realize licitação de serviços prestados por intermédio de agência de propaganda e publicidade e ou que seja signatário de contrato dessa espécie de serviços;

VI – **contratadas:** Empresas vencedoras desta licitação em favor da qual for adjudicado o seu objeto.;

VII – **concorrência:** é a modalidade de licitação própria para contratos em que se admite a participação de quaisquer interessados, cadastrados ou não, que satisfaçam as condições do edital, convocados com a antecedência mínima prevista na lei, com ampla publicidade pelo órgão e pela imprensa particular;

VIII – **concorrência fechada:** em uma concorrência "fechada" as propostas são submetidas em sigilo, sem que os concorrentes saibam das ofertas uns dos outros, até o momento da divulgação final.

IX – **Instituição:** A Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, doravante denominada **ALECE**;

X – **agente** – indivíduo que, em virtude de eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo, exerce mandato, cargo, emprego ou função;

XI – **cadastro de fornecedores:** o cadastro de pessoas físicas ou jurídicas aptas a fornecer serviços especializados à contratada, relacionados com as atividades complementares referentes à execução do objeto do contrato;

XII – **empreitada por preço global** – contratação da execução do serviço por preço certo e total.

XIII – **serviços e fornecimentos contínuos** – serviços contratados e compras realizadas pela Administração Pública para manutenção das atividades administrativas decorrentes de necessidades permanentes ou prolongadas.

XIV – **briefing:** o documento elaborado pelo anunciante no qual são registradas, de forma clara, precisa e objetiva, as informações necessárias e suficientes para a elaboração de proposta de comunicação pela licitante, na licitação;

XV – **comissão de contratação:** conjunto de agentes indicados pela Administração, em caráter permanente ou especial, com a função de receber, examinar e julgar documentos relativos às licitações e aos procedimentos auxiliares;

XVI – **subcomissão técnica:** a subcomissão especialmente selecionada pelo anunciante com a função de analisar e julgar as propostas técnicas apresentadas na licitação;

XVII – **peça e material:** os elementos isolados de comunicação ou integrantes de uma campanha;

XVIII – **campanha:** o conjunto coordenado de peças e ou material de comunicação criados e produzidos para veiculação;

XIX – **mídia:** o conjunto dos meios e dos veículos de divulgação;

XX – **mídia online:** a que dissemina conteúdos com alcance global fazendo uso de websites, blogs, newsletters, banners, banners flutuantes, entre outros meios;

XXI – **mídia offline:** também conhecida como mídia tradicional, engloba todos os tipos de publicidade que não estão na internet;

XXII – **mídia out off home (OOH):** qualquer tipo de propaganda exterior que atinja o consumidor fora de casa;

XXIII – **mídia digital out off home:** propaganda exterior com o emprego de sinalização digital do tipo cardápio e vitrine digital, mural e empena de LED de alta resolução;

XXIV – **mídia segmentada:** com estratégia personalizada possibilita vantagens competitivas, usa "filtros" para a identificação dos públicos e assim evita dispersão;

XXV – **estratégia de mídia e não mídia:** documento em que são detalhados em planilhas os custos (absolutos e percentuais), de inserções, os veículos, formatos, programas, faixas horárias e dados relativos à audiência, além dos somatórios dos investimentos por meios;

XXVI – **pedido de inserção:** documento por meio do qual a contratada, após expressa autorização da contratante, formaliza a compra de espaço em um veículo de divulgação;

XXVII - veiculação: a transmissão de mensagens de comunicação por veículo de divulgação;
XXVIII – distribuição:

- a) O modo, indicado pela licitante, como deve ser feita a inserção das peças e ou material de comunicação integrante de sua proposta;
- b) O encaminhamento de peças e/ou material de comunicação pelo anunciante ou pela contratada a públicos de interesse;
- c) A referência genérica feita a procedimentos adotados pela contratada para que peças e/ou material cheguem aos veículos de divulgação.

XXIX – atividades complementares: as atividades referentes à execução de serviços especializados prestados por fornecedores, a saber:

- a) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação e sobre os resultados das campanhas realizadas;
- b) a produção técnica das peças e projetos de comunicação criados;
- c) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

XXX – comissão ou CEC: Comissão Especial de Contratação

1. DO OBJETO

1.1. O objeto da licitação é a prestação dos serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade, bem como ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, nas condições estabelecidas neste edital e seus anexos.

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

1.1.1.1. Ao planejamento e à execução de pesquisas 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.

1.1.1.2. À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

1.1.1.3. À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 4.1.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.3. Os serviços previstos no subitem 4.1.2 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações-públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.1.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem anterior o patrocínio de mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio de transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, comercializados por veículo de comunicação.

1.2. Para a prestação dos serviços serão contratadas 03 (três) agências de publicidade e propaganda, doravante denominadas agências ou contratadas.

1.3. As três agências de propaganda contratadas atuarão consoante convocação da ALECE, inexistindo exclusividade sobre qualquer das ações elencadas nos subitens 1.1 e 4.1.1, devendo os serviços de publicidade serem executados indistintamente e independentemente da classificação no certame.

1.4. Fica resguardado à ALECE o direito de, a seu critério, desenvolver metodologia interna de distribuição dos serviços de publicidade entre as agências contratadas.

1.5. Os serviços serão solicitados às agências de propaganda contratadas de modo a garantir que o valor efetivamente realizado por cada uma não seja inferior a 20% (vinte por cento) do total global executado, a cada período de 12 (doze) meses de vigência do contrato e em suas eventuais prorrogações.

1.6. Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agências de publicidade e propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº. 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº. 12.232/2010.

1.7. As Agências não poderão subcontratar outra Agência de Propaganda para a execução dos serviços previstos no Item 1 – DO OBJETO, deste Edital.

1.8. A agência atuará por ordem e conta da ALECE em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.9. A agência atuará de acordo com a solicitação da ALECE.

2. DO VALOR ESTIMADO E DA FONTE DE RECURSOS

2.1. O objeto desta Concorrência, no valor estimado de **R\$ 18.000.000,00 (Dezoito milhões de reais)**, será pago com recursos provenientes da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, correrão por conta da seguinte classificação orçamentária:

- 01000000.001.01.01.031.436.20872.0.1.5.00.9.100000.3.3.90.39.03.2.1.0000.E0000

3. DA PARTICIPAÇÃO

3.1. Poderá participar desta Concorrência todo e qualquer empresário individual ou sociedade regularmente estabelecida no país, que seja especializada no ramo do objeto da licitação, e que satisfaça a todas as exigências do presente Instrumento convocatório, especificações e normas, de acordo com os anexos relacionados, partes integrantes deste Edital.

3.2. Não será permitida a participação de empresas através de consórcio, cooperativa ou similares ou que sejam estrangeiras e não funcionem no país.

3.3. Não poderão participar da presente licitação, empresas:

3.3.1 que tenham sido consideradas inidôneas ou suspensas para participar de licitação em

qualquer órgão/entidade governamental, ou que estejam em processo de Recuperação Judicial, ou em Processo de Falência, sob Concurso de Credores, em Dissolução ou em Liquidação.

3.3.2. cujo invólucro nº 1:

e1) apresente em sua parte externa a identificação da licitante ou marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;

e2) esteja danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;

3.4. É vedada a participação de empresas cujos representantes legais ou sócios sejam servidores públicos da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, como concorrente, direta ou indiretamente, por si ou por interposta pessoa, dos procedimentos licitatórios. Esta proibição é extensiva ao cônjuge e demais parentes até terceiro grau dos integrantes da CEC e de quaisquer outros servidores responsáveis diretamente pelos trabalhos e supervisão dos serviços.

3.5. A participação na presente Licitação implica para a licitante:

a) a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Contratação os documentos e informações necessárias ao cumprimento desta licitação;

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;

d) a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

3.6. A licitante assume todos os custos de preparação e apresentação dos Documentos de Habilitação e Propostas exigidos nesta Concorrência, ressalvado que a ALECE não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

3.7. Não serão recebidos nem aceitos envelopes entregues via Correio/ SEDEX /FAX ou Correio Eletrônico.

3.8. As Propostas Técnicas e de Preço, bem como os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados por preposto da licitante com poderes de representação legal, através de procuração pública ou particular com firma reconhecida. A não apresentação do referido instrumento não implicará em inabilitação, no entanto, o representante não poderá pronunciar-se em nome da LICITANTE, salvo se estiver sendo representada por um de seus dirigentes, que comprove tal condição através de documento legal.

3.9. Nenhuma licitante poderá participar deste certame com mais de uma proposta.

4. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO

4.1. As Propostas Técnicas e de Preço deverão ser apresentadas à CEC em 04 (quatro) invólucros distintos e fechados, os quais deverão estar identificados com as seguintes informações e conteúdo:

4.1.1. INVÓLUCRO “01” - PROPOSTA TÉCNICA (APÓCRIFA)

4.1.1.1. No invólucro “01” deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, consistindo em: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação

Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, em consonância com o indicado no subitem 5.3 deste edital.

4.1.1.2. O invólucro “01”, indicado no item 4.1.1.1, terá **60cm de comprimento, 50cm de largura e 15,5cm de altura.**

4.1.1.3. Só será aceito Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado em invólucro padronizado fornecido obrigatoriamente pela ALECE, por meio da CEC, a pedido formal da licitante.

4.1.1.4. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela licitante, até o 3º dia útil anterior à data prevista para a reunião de abertura da licitação, no seguinte endereço – Central de Contratações da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, situada no Anexo I, Edifício César Cals, sito à Av. Desembargador Moreira nº 150, Bairro Dionísio Torres, CEP 60.170-900, Fortaleza – CE. O invólucro “01” deverá ser entregue fechado, de acordo com as características padrões da caixa, sem lacre e sem rubrica.

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

4.1.1.6. Para preservar o sigilo, até a abertura do invólucro “02”, quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro “01” não poderá:

a) ter nenhuma identificação;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta, cabeçalho, rodapé, ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

4.1.1.7. À exceção da Ideia Criativa, todas as demais partes do Plano de Comunicação Publicitária, tais como o Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverão ser elaboradas nos seguintes padrões:

a) Em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;

b) Espaçamento de 02 (dois) centímetros na margem esquerda e direita, a partir da borda;

c) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;

d) Com textos justificados;

e) Com espaçamento “simples” entre as linhas;

f) Com texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, estilo “Normal”, cor “Automático” tamanho 12 (doze) pontos;

g) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;

h) Em caderno único, utilizando espiral plástico na cor preta, colocado à esquerda;

i) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco;

j) Sem qualquer identificação da licitante.

4.1.1.8. Fica vedada a utilização de nomes nos personagens das peças corporificadas, do Plano de Comunicação Publicitária, em especial para evitar a identificação dos sócios ou empregados das agências participantes do certame, sob pena de desclassificação.

4.1.1.9. Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do Plano de Mídia e Não Mídia, poderão ser utilizadas as fontes tipográficas e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

4.1.1.10. As peças que integram a Ideia Criativa devem ter formatos compatíveis com suas características, devendo adequar-se ao tamanho do invólucro “01” **(60cm de comprimento, 50cm de largura e 15,5cm de altura)**.

4.1.1.11. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) Os gráficos e/ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) Os dados e informações dos quadros e/ou tabelas devem ser editados na fonte “Arial”, estilo “Normal”, cor “Automático”, tamanho “10 (dez) pontos”;
- c) As páginas referentes aos gráficos e/ou tabelas poderão ser impressos na orientação paisagem e apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 4.1.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4;

4.1.1.12 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação e descrição das peças publicitárias estão limitados no conjunto a 10 páginas, ressalva- do que não serão computadas nesse limite as páginas usadas apenas para separar os textos desses subquestos.

4.1.2. INVÓLUCRO “02” - PROPOSTA TÉCNICA (IDENTIFICADA)

4.1.2.1. No Invólucro “02” deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária– Via Identificada, consistindo em: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, em consonância com o indicado no subitem 5.3, deste Edital.

4.1.2.2. O conteúdo indicado no subitem 5.3, deste Edital, exceto as peças que compõem a Ideia Criativa, deverá ser acondicionado em invólucro providenciado pela licitante, o qual poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura, devendo ser identificado conforme abaixo:

INVÓLUCRO “02” PROPOSTA TÉCNICA – VIA IDENTIFICADA PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA NOME DA LICITANTE/CNPJ CONCORRÊNCIA N.º _____ – ALECE
--

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

- a) ter a identificação da licitante;
- b) ser datado;
- c) estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- d) Em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- e) Espaçamento de 02 (dois) centímetros na margem esquerda e direita, a partir da borda;
- f) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- g) Com textos justificados;
- h) Com espaçamento “simples” entre as linhas;
- i) Com texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, estilo “Normal”, cor “Automático”

tamanho 12 (doze) pontos;

j) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;

l) Em caderno único, utilizando espiral plástico na cor preta, colocado à esquerda;

m) Ter a identificação da Licitante;

n) Ser datado;

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

4.1.2.4. Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do Plano de Mídia e Não Mídia, poderão ser utilizadas as fontes tipográficas e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

4.1.3. INVÓLUCRO “03” - PROPOSTA TÉCNICA

4.1.3.1. No invólucro “03” deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 5.4, 5.5 e 5.6 deste Edital.

4.1.3.2. O conteúdo indicado no subitem 5.3, deste Edital, deverá ser acondicionado em invólucro providenciado pela licitante, o qual poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura, devendo ser identificado conforme abaixo:

INVÓLUCRO “03” PROPOSTA TÉCNICA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE
PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
NOME DA LICITANTE/CNPJ CONCORRÊNCIA N.º
_____ **– ALECE**

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

4.1.3.4. O invólucro “03” não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro “02”.

INVÓLUCRO “04” - PROPOSTA DE PREÇO

4.1.4.1. Os documentos indicados nos subitens 8.2 e 8.3, deste Edital, deverão ser acondicionados em invólucro providenciado pela licitante, o qual poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura, devendo ser identificado conforme abaixo:

INVÓLUCRO “04” PROPOSTA DE PREÇOS
NOME DA LICITANTE/CNPJ CONCORRÊNCIA N.º _____ **– ALECE**

4.2. As propostas e os documentos deverão ser redigidos em língua portuguesa, salvo

quanto às expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

4.3. No ato da entrega dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preço, o representante da licitante apresentará à CEC, documento que o credencia a participar do presente certame, com seu documento de identidade com fé pública.

4.4. Quando a representação for exercida na forma de seus atos constitutivos, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente.

4.5. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, constando, no mínimo, os poderes descritos no modelo que constitui o Anexo II, deste Edital.

4.6. A licitante que não estiver devidamente representada nos termos descritos nos subitens acima não terá prejudicada a sua participação no certame, mas a pessoa que estiver no certame à sua ordem não terá voz ativa.

5. DA PROPOSTA TÉCNICA (INVÓLUCROS 01, 02 E 03)

5.1. A licitante deverá apresentar proposta técnica estruturada de acordo com os seguintes quesitos:

- a) Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não-Mídia);
- b) Capacidade de Atendimento;
- c) Repertório;
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

5.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser entregue completo e sem identificação da licitante no invólucro “01”. O invólucro “02” deverá conter cópia identificada do Plano de Comunicação Publicitária encadernada, sem as peças. Os demais componentes da proposta técnica (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) deverão ser entregues no invólucro “03”.

5.3. A licitante deverá apresentar Plano de Comunicação Publicitária elaborado com base no Briefing, constante no Anexo I, deste Edital, devendo o mesmo compreender os seguintes subquesitos:

5.3.1. Raciocínio Básico, que será consubstanciado em texto no qual a licitante apresentará:

- a) diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da ALECE para enfrentar o desafio de comunicação;
- b) sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação a ser enfrentado e sobre os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing (Anexo I).

5.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária, texto em que a licitante:

- a) apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação da ALECE;
- b) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

5.3.3. Ideia Criativa: a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 5.3.2, deste Edital, com comentários sobre cada peça e/ou material.

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

5.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 5.3.3, deste Edital, 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.

5.3.3.2. Os exemplos de peças:

a) estão limitados a 7 (sete), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;

b) podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça, e de "monstro" ou story-board animado para tv, cinema, internet e rádio.

c) 'boneco' ou layout montado dos materiais de não mídia.

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

5.3.3.4. Na elaboração de 'monstro' ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

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

5.3.3.6. O 'monstro' ou layout eletrônico e o *storyboard* animado ou animatic deverão ser apresentados em PENDRIVE ou HD EXTERNO, executáveis em sistema operacional *Windows*.

5.3.3.7. Nessas mídias de apresentação (PENDRIVE ou HD EXTERNO) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

5.3.3.8. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

5.3.3.9. Para facilitar seu cotejo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet), de acordo com as seguintes orientações:

a) texto em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;

b) nos casos de "monstro" ou layout eletrônico e de storyboard animado ou animatic, que deverão ser apresentados em PENDRIVE ou HD EXTERNO, a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essas mídias devem ser apresentadas na condição original, somente com a marca do fabricante, conforme descrito anteriormente.

5.3.3.10. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 7 (**sete**), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.
- g) Descrição de Áudio junto à apresentação de peça produzida, será considerado 01 (uma) peça.

5.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia constituída de:

a) texto em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas e gráficos) e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios da ALECE;

b) simulação de plano de distribuição das peças de que trata o item 5.3.3, deste Edital, acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

b.1) As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas da simulação do plano de distribuição das peças poderão ser apresentadas em papel A3 branco dobrado.

5.3.4.1. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos, o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça, separadamente de mídia e não mídia.

5.3.4.1.1. Os valores ou custos indicados pelas licitantes que não correspondam aos efetivamente cobrados pelos veículos de comunicação, serão contabilizados como falha na elaboração da Estratégia de Mídia e Não Mídia, cabendo à Subcomissão Técnica diminuir a respectiva nota, nos termos do item a.4, "a", 6.3.1., deste Edital.

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

5.3.4.3. Na simulação de que trata a alínea "b" do subitem 5.3.4:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação;

b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;

c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11, da Lei n 4.680/1965;

d) deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

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

5.4. Capacidade de atendimento, textos nos quais a licitante apresentará:

a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da licitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de atuação; estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da ALECE, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

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

5.5.1. Poderão ser apresentadas até **7 (sete) peças**, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas num **prazo de até 5 (cinco) anos**.

5.5.2. Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos 01 (um) veículo/espaço que a divulgou/expôs.

5.5.3. O material em vídeo, os spots e/ou jingle, as peças de internet deverão ser fornecidos em PENDRIVE ou HD EXTERNO; as peças gráficas impressas em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

5.5.4. As peças não podem se referir a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Assembleia Legislativa do Estado do Ceará.

5.6. Os Relatos de Solução de Problemas de Comunicação deverão ser apresentados, em caderno específico, até 02 (dois) cases, relatando, em no máximo, 02 (duas) páginas cada, soluções de problemas de comunicação.

5.6.1. Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem se referir a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela ALECE.

5.6.2. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e/ou material, independente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PENDRIVE ou HD EXTERNO,

executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou serem apresentados separadamente (soltos);

b) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 5.6, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais;

b.1) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive serem apresentadas dobradas ou não;

c) Para cada peça ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com dados técnicos de produção e/ou veiculação.

5.7. Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação Publicitária estão limitados a 10 (dez) páginas, ressalvada a relação das peças de que trata o subitem 5.3.3 “a” e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas “a” e “b” do subitem 5.3.4 não serão computados nesse limite de páginas.

5.8. A critério da ALECE, as campanhas publicitárias das Propostas vencedoras poderão ou não vir a serem produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, quando da vigência do contrato.

6. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. As propostas técnicas serão analisadas por subcomissão técnica, prevista no item 7, deste Edital, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste instrumento convocatório e em seus anexos.

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

6.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

6.2.1.1. Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da contratante e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

6.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

c) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

d) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

e) o alinhamento da campanha com a diversidade de mídias disponíveis no mercado.

6.2.1.3. Ideia Criativa

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;

- b) a pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo, levando em conta a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa, considerando proposta visual, organização das informações no layout e multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.
- f) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento;

6.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

6.2.2. Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante e a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da contratante;
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre a ALECE e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da ALECE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

6.2.3. Repertório:

- a) a ideia criativa, sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a qualidade da produção, da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- c) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo.

6.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.

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

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

a) Plano de Comunicação Publicitária – 65 (sessenta e cinco) pontos

- a1) Raciocínio Básico – 10 (dez) pontos
- a2) Estratégia de Comunicação Publicitária – 20 (vinte) pontos
- a3) Ideia Criativa – 25 (vinte e cinco) pontos
- a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 (dez) pontos

b) Capacidade de Atendimento – 15 (quinze) pontos

c) Repertório – 10 (dez) pontos

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 (dez) pontos

Quesitos/Subquesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária		65
Raciocínio Básico	10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	20	
Ideia Criativa	25	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	
Capacidade de Atendimento		15
Repertório		10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
Pontuação máxima total		100

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

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

6.4 Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) não alcançar, no total, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;
- d) obtiver nota zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os itens 6.2.1.1 a 6.2.1.4 e 6.2.2 a 6.2.4, deste Edital.

6.5. Serão consideradas melhor classificadas na fase do julgamento técnico as licitantes que obtiverem as quatro maiores pontuações na soma das notas dos quesitos.

6.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das três melhores classificadas nesta fase, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens 6.2.1 a 6.2.4, deste Edital.

6.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela CEC, cuja data será divulgada na forma do item 13, deste Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

7. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

7.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que tenham formação superior em, no mínimo, Comunicação, Publicidade ou Marketing ou, ainda, que atuem profissionalmente em uma das duas áreas, nos termos da Lei Federal n. 12.232, de 29 de abril de 2010.

7.1.1. 01 (um) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a ALECE.

7.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes registrados por meio de Edital de Chamamento Público, em uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela ALECE.

7.2.1 A relação dos nomes referidos no subitem 7.2 deste Edital será publicada pela CEC no Diário Oficial do Estado, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

7.2.2 O sorteio será processado pela CEC, com vistas 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 ALECE, nos termos dos subitens 7.1.1 e 7.2., deste Edital.

7.2.3 A relação prevista no subitem 7.2, deste Edital, conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a ALECE.

7.2.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 7.2, mediante a apresentação à CEC de justificativa para a exclusão, juridicamente fundamentada.

7.2.5. De igual forma, o membro da referida Subcomissão deverá declarar-se suspeito ou impedido, imediatamente, sempre que constatar que participa do certame agência de publicidade e/ou projeto nos quais tenha trabalhado ou participado, em respeito aos princípios da impessoalidade e da transparência no julgamento das propostas, sob pena de responsabilidade, com fulcro na Lei Federal nº 14.133/2021.

7.2.5.1. A ausência de manifestação do membro teoricamente suspeito não impede que qualquer outro participante da Subcomissão, tendo conhecimento dos fatos, possa alegá-los, a qualquer tempo.

7.2.6. 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 neste item 7, deste Edital.

7.2.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 7.2, deste Edital.

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

7.2.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 7.2.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

8. DA PROPOSTA DE PREÇOS (INVÓLUCRO 04)

8.1. A proposta de preços da licitante deverá ser:

- a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto à expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) elaborada em 02 (dois) documentos distintos, descritos nos subitens 8.2 e 8.3;
- c) datadas e assinadas nos documentos referidos nos subitens 8.2 e 8.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.2. A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo III, deste Edital.

8.3. A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

- a) Comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à ALECE as vantagens obtidas;
- b) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta do Contrato, constante no Anexo IV, deste Edital.

8.3.1. O preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos Contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

8.3.2. Tratará da questão dos direitos autorais, estabelecendo:

8.3.2.1. A cessão, total e definitiva, dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluindo os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

8.3.2.2. O compromisso de em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a ALECE escolha uma das alternativas;

8.3.2.3. Que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado condicionará a contratação de serviços com terceiros pelo período indicado pela ALECE e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

8.3.2.4. O compromisso de, quando a ALECE optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

8.3.2.4.1. Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as

matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

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

8.3.2.5. Que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.

8.3.2.6. O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos;

8.3.2.7. O compromisso de fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

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

8.3.2.7.2. A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à ALECE que poderá, a seu juízo, utilizar referidos produtos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato a ser firmado e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que caiba à ALECE qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

8.3.2.7.3. A ALECE poderá reproduzir, de forma parcial ou integral, editar, adaptar o arranjo musical e quaisquer outras transformações, a tradução para qualquer idioma, a inclusão em fonograma ou produção audiovisual, veiculação, quando intrínseca ao contrato firmado pelo autor com terceiros para uso ou exploração da obra.

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

8.3.2.8. O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço para os direitos de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da ALECE.

8.3.3. Garantir a transferência à ALECE de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

8.4. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

9. VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

9.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

9.2.1 Não atender às exigências deste Edital e de seus anexos, que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

9.2.2. Apresentar desconto inferior a 35% (Trinta e cinco por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará, a título

de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante.

9.2.3. Apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) referente à produção de peças e materiais cuja distribuição **não** proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

9.2.4. Apresentar percentual de honorários superior a 10% (Dez por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.

9.2.5. Apresentar percentual de honorários superior a 10% (Dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

9.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo III.

9.4 A Comissão Especial de Contratação atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários - Notas (N)		
Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará.	Percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros	Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros
$N = 0,125 \times (\text{Desconto} - 35)$	$N = 7,0 \times (15,0 - \text{Honorários})$	$N = 7,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$

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

9.4.1. A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma das notas dos quesitos constantes da tabela referida no item 9.4.

9.4.2. A Proposta de Preços que obtiver o maior somatório das notas será considerada como a de menor preço, e servirá como referencial na negociação com as licitantes melhores classificadas na fase de proposta técnica.

9.5. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente: o menor percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros; o menor percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros ou o maior percentual de desconto sobre os custos internos.

10. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

10.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços desta concorrência será realizado nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010 e dos Artigos 35 e 37 da Lei Federal nº 14.133/2021.

10.2. Será considerada vencedora a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, observado o disposto nos subitens 6.6 e 6.7, deste Edital, e que:

a) apresentar o menor preço; ou

b) não tenha apresentado o menor preço mas concordar em reduzir o valor constante na sua proposta, tendo como referência, o limite apresentado pela proposta de menor preço, devendo serem observados os percentuais de desconto e de honorários da proposta de menor preço.

10.3. No caso de impasse na negociação prevista na alínea “b” do subitem 10.2, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais proponentes, pela ordem de classificação das propostas técnicas, até a consecução de acordo para a contratação.

11. ENTREGA, FORMA DE APRESENTAÇÃO E DO EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

11.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à CEC, pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

11.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 11.8., deste Edital.

11.2. Os documentos deverão estar acondicionados no invólucro “05”, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO “05”
DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
NOME DA LICITANTE/CNPJ
CONCORRÊNCIA N.º _____ – ALECE

11.1.3. O invólucro “05” 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.

11.1.4. Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados da seguinte forma:

a) Em originais ou publicação em Órgão Oficial, ou, ainda, por qualquer processo de cópia autenticada em Cartório. Somente serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da CEC.

b) Dentro do prazo de validade, para aqueles cuja validade possa expirar. Na hipótese de o documento não conter expressamente o prazo de validade, deverá ser acompanhado de declaração ou regulamentação do órgão emissor que disponha acerca da validade do mesmo. Na ausência de referida declaração ou regulamentação, o documento será considerado válido pelo prazo de 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua emissão.

c) Em caderno único, rubricados, numerados sequencialmente, da primeira à última página, de modo a refletir o número exato de páginas.

d) A eventual falta de numeração ou numeração incorreta, poderá ser suprida por

representante credenciado da licitante na sessão de abertura dos Documentos de Habilitação.

e) Os Documentos de Habilitação somente serão aceitos mediante cópias legíveis e que ofereçam condições de análise por parte da CEC.

11.2. Para se habilitar a esta Concorrência, a licitante deverá apresentar a seguinte documentação:

11.2.1. 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 sociedade por ações, acompanhado de ata da assembleia que elegeu seus atuais Administradores. Em se tratando de sociedades civis, Ato Constitutivo acompanhado de prova de diretoria em exercício.

b.1) Os documentos mencionados na alínea “b” deverão estar acompanhados de todas as suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverão constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;

c) **INSCRIÇÃO DO ATO CONSTITUTIVO EM CARTÓRIO DE REGISTRO DE PESSOAS JURÍDICAS**, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

d) **DECRETO DE AUTORIZAÇÃO, EM SE TRATANDO DE EMPRESA OU SOCIEDADE ESTRANGEIRA EM FUNCIONAMENTO NO PAÍS**, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

11.2.2. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

a) Prova de Inscrição na Fazenda Federal (CNPJ);

b) Prova de Inscrição na Fazenda Estadual (CGF) ou documento comprobatório de isenção, emitido por órgão competente ou Fazenda Municipal;

11.2.2.1 Prova de regularidade para com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal da sede da licitante:

a) A comprovação de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional referente a todos os tributos e à Dívida Ativa da União será efetuada mediante a apresentação da certidão prevista na Portaria nº 358, de 5 de setembro de 2014. As certidões de prova de regularidade fiscal emitidas nos termos do Decreto nº 6.106/2007 e da Portaria 358/2014 têm eficácia durante o prazo de validade nelas constante.

b) A comprovação de quitação para com a Fazenda Estadual deverá ser feita através de Certidão Consolidada Negativa de Débitos inscritos na Dívida Ativa Estadual, ou na inexistência desta, de Certidão Negativa/Positiva com Efeitos de Negativa de Débitos relativos aos Impostos de competência Estadual e de Certidão Negativa/Positiva com Efeitos de Negativa da Dívida Ativa do Estado, emitida pela Procuradoria Geral do Estado;

c) A comprovação de quitação para com a Fazenda Municipal deverá ser feita através de Certidão Consolidada Negativa de Débitos inscritos na Dívida Ativa Municipal, ou na inexistência desta, de Certidão Negativa/Positiva com Efeitos de Negativa de Débitos relativos aos Impostos de competência Municipal e de Certidão Negativa/Positiva com Efeitos de Negativa da Dívida Ativa do Município, emitida pela Procuradoria Geral do Município;

c.1) As empresas participantes desta licitação obedecerão ao que determina a legislação

específica do MUNICÍPIO, do domicílio da licitante.

c.2) Para os municípios que emitem prova de regularidade para com a Fazenda Municipal em separado, as proponentes deverão apresentar as duas certidões, isto é, Certidão sobre Tributos Imobiliários e Certidão de Tributos Mobiliários.

c.3) Caso a proponente não possua imóvel cadastrado em seu nome, deverá apresentar declaração ou documento emitido pela Prefeitura, indicando esta situação.

d) **COMPROVAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE DÉBITOS INADIMPLIDOS PERANTE A JUSTIÇA DO TRABALHO**, que deverá ser feita através da **Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas** ou da **Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas**, com os mesmos efeitos da **Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT**.

e) **PROVA DE SITUAÇÃO REGULAR PERANTE O FUNDO DE GARANTIA POR TEMPO DE SERVIÇO – FGTS**, por meio de Certificado de Regularidade de Situação – CRF.

11.2.3. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

a) **REGISTRO OU INSCRIÇÃO NO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** de sua base territorial ou na Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Abap.

b) **CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA CONCEDIDO PELO CENP – CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS PADRÃO**.

c) **ATESTADOS DE CAPACIDADE TÉCNICA**, expedidos por 3 (três) pessoas jurídicas de direito público ou privado, que comprovem a aptidão da licitante para o desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto da licitação;

d) **INDICAÇÃO DAS INSTALAÇÕES, DO APARELHAMENTO E DO PESSOAL TÉCNICO** adequado e disponível para a realização do objeto da licitação, bem como da qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos.

d.1) Os profissionais indicados pela licitante para fins de comprovação da capacidade técnico-profissional deverão participar do serviço objeto da licitação, admitindo-se a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pela administração.

e) Caso a licitante não atenda a exigência da alínea “d” anterior, deverá apresentar declaração comprometendo-se a instalar filial ou sucursal em Fortaleza com estrutura compatível ao objeto da presente licitação no prazo máximo de 30 (trinta) dias, após a assinatura do contrato.

11.2.4. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

a) **CERTIDÃO NEGATIVA EXPEDIDA PELO CARTÓRIO DISTRIBUIDOR DE FALÊNCIA E RECUPERAÇÃO JUDICIAL** do local da sede da licitante, com data de expedição não superior a 60 (sessenta) dias, quando não houver prazo de validade expresso no documento.

b) **BALANÇO PATRIMONIAL E DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS DOS DOIS ÚLTIMOS EXERCÍCIOS SOCIAIS**, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta.

b.1) **PROVA DE VALOR DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO NÃO INFERIOR A R\$1.800.000,00 (UM MILHÃO E OITOCENTOS MIL REAIS)**, até a data de entrega das Propostas Técnicas, Comerciais e dos Documentos de Habilitação e cuja comprovação será feita através do Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, já

apresentado e entregue na forma da lei.

c) A avaliação para todas as licitantes será apurada através da apresentação do Índice de Liquidez Geral (LG), a seguir definido, calculado com 2 (duas) casas decimais, sem arredondamentos. A fonte de informação dos valores considerados deverá ser o Balanço Patrimonial, apresentado na forma da lei. Tratando-se de Sociedade Anônima, deverão ser apresentadas as Demonstrações Contábeis por meio de uma das seguintes formas: publicação em Diário Oficial, publicação em jornal de grande circulação, ou ainda, através de cópia autenticada das mesmas. Os demais tipos societários e o empresário individual deverão apresentar cópia autenticada do Balanço Patrimonial, registrado na Junta Comercial da sede da licitante ou em outro órgão equivalente.

$$\textbf{LG} = \frac{\textbf{Ativo Circulante Realizável a Longo Prazo}}{\textbf{Passivo Circulante} + \textbf{Exigível a Longo Prazo}} \geq 1,0$$

c.1) A licitante poderá apresentar o cálculo para obtenção do Índice de Liquidez Geral (LG) definido no subitem 11.2.4."c".

c.2) A agência que apresentar Índice de Liquidez Geral (LG) relativo à boa situação financeira, menor que 1,0 (um vírgula zero) será considerada "inabilitada".

c.3) O Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis deverão ser apresentados conforme a seguir:

I – Sociedades Empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (Art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/69).

II – Sociedades Empresárias, especificamente no caso de Sociedades Anônimas regidas pela Lei nº 6.404/76: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da Licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação (Art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/76).

III – Sociedades Simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive registro na Junta Comercial.

IV – Sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de 01 (um) ano: deverão apresentar balanços, conforme abaixo discriminado, contendo as assinaturas do contador ou técnico em contabilidade regularmente habilitado e do sócio-gerente, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante:

- Balanço de Abertura – sociedades sem movimentação;
- Balanço Intermediário – sociedades com movimentação.

11.3. Na falta de indicação expressa da validade do documento, somente serão considerados válidos quando expedidos nos 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

11.4. Se a Licitante tiver filial, todos os Documentos de Habilitação deverão estar ou em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem for a Licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, deverão ser emitidos em nome da matriz.

11.5. A Licitante deverá fornecer a título de informação, número de telefone, fax, e pessoa de contato, preferencialmente local. A ausência desses dados não a tornará inabilitada.

11.6. A licitante também deverá incluir no invólucro "05" declaração firmada conforme o

modelo a seguir:

DECLARAÇÃO Referente Concorrência....., inscrita no CNPJ sob o nº, por inter- médio de seu representante legal, portador(a) da Carteira de Identidade nº....., inscrito(a) no CPF sob o nº, DECLARA, para fins do disposto na Constituição Federal, em seu artigo 7º, inciso XXXIII, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos. (se for o caso acrescentar texto a seguir) Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz. Local e data
--

11.6.1. Deverá incluir, de igual maneira, no invólucro “05”, Declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº. 2/2009, nos seguintes termos:

Declaração de Elaboração Independente de Proposta

Concorrência nº _____ – ALECE

....., portador(a) da Carteira de Identidade nº....., inscrito(a) no CPF sob o nº....., como representante devidamente constituído da (Identificação completa da licitante), doravante denominada licitante, para fins do disposto no item (completar) do Edital (completar com identificação do edital), declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela licitante, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da ALECE antes da abertura oficial das propostas; e

f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos

poderes e informações para firmá-la.

11.7. A CEC examinará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos, neste edital.

11.8. Se nenhuma licitante restar habilitada será reaberta a fase de habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis.

12. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

12.1. Serão realizadas 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Especial de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

12.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 4.3 deste Edital. (Credenciamento)

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

12.1.3. A CEC e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da ALECE, 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.

12.1.4. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

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

12.1.6. 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.

12.1.7. Qualquer tentativa de licitante influenciar a CEC ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

12.1.9. 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 ALECE providenciará sua destruição.

Primeira Sessão

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

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no **subitem 8.1** deste Edital; (credenciamento)

b) receber os Invólucros “01”, “02”, “03” e “04”;

c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

12.2.1. O Invólucro “01”, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Especial de Contratação se não:

a) estiver identificado;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro “02”;

c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro “02”.

12.2.1.1. Ante a ocorrência de quaisquer das hipóteses previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 12.2.1, a Comissão Especial de Contratação não receberá o Invólucro “01”, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

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

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros “02” e “04”, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Contratação, e separá-los dos Invólucros “01” e “03”;

b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros “01”;

c) abrir os Invólucros “03” e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Invólucros “01” e “03”;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 13 deste Edital.

12.2.2.1. A Comissão Especial de Contratação, antes do procedimento previsto na alínea ‘b’ do subitem 12.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

12.2.2.2. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros “01” e “03”, a Comissão Especial de Contratação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Especial de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.2.3. A Comissão Especial de Contratação 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.

12.2.4. Abertos os Invólucros “01” e “03”, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Especial de Contratação.

12.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 12.2.6 e seguintes.

12.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Especial de Contratação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 13, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto

no item 14.

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

- a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros “01”, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Contratação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela Comissão Especial de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros “03”, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Contratação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea ‘a’ do subitem 6.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.2.6.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros “02”.

12.2.7. As planilhas previstas nas alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 12.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

Segunda Sessão

12.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros “01” e “03”), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 13 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros “02”;
- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro “01”) com as vias identificadas (Invólucro “02”) 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 6.7, quando for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 13, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 14.

12.3.1. 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 Comissão Especial de Contratação.

Terceira Sessão

12.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 13 deste 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 “04”, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Contratação 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 “04”;
- 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 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) efetuar negociação com a licitante mais bem classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 14.133/21, art. 61, § 1º, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;
- h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
- i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 13 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 14.

Quarta Sessão

12.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 13 deste 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) receber e abrir os Invólucros “05”, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros “05”;
- e) informar o seguinte:
 - e1) o resultado da habilitação;
 - e2) que na ausência de algum representante legal, o resultado da habilitação será publicado na forma do item 13 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados;
 - e3) que será publicado na forma do item 13 deste Edital o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

13. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

13.1. A critério da CEC, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja a 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.

14. IMPUGNAÇÕES E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

14.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até **(03) três** dias úteis antes da data marcada para início do presente certame, no endereço constante do preâmbulo deste Edital.

14.2. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgada em sítio eletrônico oficial no prazo de até 03 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

14.3. Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de (03) três dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Comissão Especial de Contratação, no endereço mencionado no preâmbulo deste Edital.

14.4. A intenção de interpor recurso deverá ser manifestada imediatamente a cada resultado proferido, sob pena de preclusão, e o prazo para apresentação das razões recursais previsto no subitem 14.3 será iniciado na data de intimação ou de lavratura da ata de habilitação ou inabilitação.

14.4.1. A apreciação dar-se-á em fase única.

14.5. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão apresentar contrarrazões no prazo máximo de (03) três dias úteis com início na data de intimação pessoal ou de divulgação da interposição de recurso

14.6. Recebido(s) o(s) recurso(s), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Contratação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de (03) três dias úteis. Caso não reconsidere sua decisão, encaminhará o recurso devidamente instruído à autoridade superior da ALECE, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 10(dez) dias úteis, contados de seu recebimento.

14.6.1. O acolhimento do recurso implicará invalidação apenas de ato insuscetível de aproveitamento.

14.7. 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.

14.8. 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 Concorrência, na sala da Comissão Especial de Contratação, em horário a ser indicado por esta Comissão.

14.9. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo.

15. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

15.1. As 03 (três) licitantes vencedoras terão o prazo de cinco dias úteis, contados a partir da convocação, para apresentar a garantia prevista no item 16.1 deste Edital e assinarem o termo de contrato, nos moldes da minuta constante no Anexo IV.

15.2. Caso as licitantes vencedoras se recusem a assinar o contrato no prazo acima estipulado, a ALECE 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 no artigo 90 da Lei nº 14.133/2021.

15.3. Se as licitantes vencedoras se recusarem a constituir a garantia contratual ou a assinar o contrato, a ALECE lhes 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.

15.3.1. O disposto no item anterior não se aplica às Licitantes convocadas na forma do item 15.2.

15.4. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de doze meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

15.4.1. Esse prazo poderá ser prorrogado sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, a juízo da ALECE, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 108 da Lei nº 14.133/2021.

15.5. A ALECE poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, observado o contido na Cláusula Décima Quarta da sua minuta, constante no Anexo IV, deste Edital.

15.6. Às contratadas poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na legislação aplicável e no contrato a ser firmado entre as partes.

15.7. Será da responsabilidade das contratadas 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.

15.8. Obrigam-se também as contratadas por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste Edital e do contrato que vier a ser assinado.

15.9. As contratadas deverão prestar esclarecimentos, a ALECE, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam, independentemente de solicitação.

15.10. As contratadas só poderão divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Concorrência, que envolvam o nome da ALECE, se houver expressa autorização desta.

15.11. É vedado às contratadas caucionarem ou utilizarem o contrato resultante da presente Concorrência para qualquer operação financeira sem prévia e expressa autorização da ALECE.

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

15.13. A ALECE realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pelas contratadas, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços praticada.

15.13.1. A avaliação semestral será considerada para aquilatar a necessidade de solicitar às contratadas que melhorem 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.

15.14. As contratadas centralizarão o comando da publicidade da ALECE em Fortaleza - CE onde, para esse fim, manterão escritório. A seu critério, as contratadas poderão 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.

15.14.1. No prazo máximo de trinta dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, as contratadas deverão comprovar que possuem em Fortaleza-CE estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à ALECE.

15.15. Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência e, quando for o caso, as Propostas de Preços com elas negociadas.

16. DA GARANTIA CONTRATUAL

16.1. Após a adjudicação do objeto do certame e até a data da contratação, a licitante vencedora deverá prestar garantia contratual correspondente a 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, em conformidade com o disposto no art. 96 da Lei Federal nº 14.133/2021, vedada à prestação de garantia através de Títulos da Dívida Agrária.

16.2. Na garantia deverá estar expresso prazo de validade superior a 90 (noventa) dias do prazo contratual.

16.3. A garantia prestada será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou

após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente, conforme dispõe o art. 100 da Lei Federal nº 14.133/2021.

16.4. A não prestação de garantia equivale à recusa injustificada para a contratação, caracterizando descumprimento total da obrigação assumida, ficando a adjudicatária sujeita às penalidades legalmente estabelecidas, inclusive multa.

16.5. Na ocorrência de acréscimo contratual de valor, deverá ser prestada garantia proporcional ao valor acrescido, nas mesmas condições estabelecidas no subitem 16.1. deste edital.

17. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

17.1. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta do contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços.

17.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta do contrato, constante no Anexo IV, deste Edital.

18. DISPOSIÇÕES FINAIS

18.1. É facultada à Comissão Especial de Contratação ou autoridade superior, em qualquer fase desta Concorrência, 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.

18.2. A Comissão Especial de Contratação 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 Concorrência.

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

18.4. Se ocorrer inabilitação ou desclassificação da licitante vencedora por fatos referidos no subitem anterior, a ALECE poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Concorrência.

18.5. 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 ALECE.

18.6. 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.

18.7. A Comissão Especial de Contratação poderá, no interesse da ALECE, relevar omissões puramente formais nos documentos e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Especial de Contratação.

18.8. Para fins desta Concorrência, o Briefing (Anexo I) atende às exigências do projeto básico a que se referem o art. 6º e o art. 18, inciso II, da Lei nº 14.133/2021.

18.9. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a

ALECE comunicará os fatos verificados à Procuradoria-Geral para as providências devidas.

18.10. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se o autor às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I, do Capítulo II-B da Lei nº 14.133/2021.

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

18.12. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Especial de Contratação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

18.13. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta Concorrência 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.

18.14. Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas, a Comissão Especial de Contratação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, res- salvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação dos Documentos e Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

18.15. Correrão por conta da ALECE as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Estado, na forma prevista no art. 91, da Lei Federal nº 14.133/2021 .

18.16. As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de Fortaleza-CE, com a exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, salvo nos casos previstos no art. 102, inciso I, alínea “d”, da Constituição Federal.

18.17. A entrega de qualquer documento relativo à presente licitação, à exceção dos citados no preâmbulo deste Edital, deverá ser feita na Comissão de Especial de Contratação, no horário das **9h às 16h**, da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, situada no Anexo I, Edifício César Cals, sito à Av. Desembargador Moreira nº 150, Bairro Dionísio Torres, CEP 60.170-900, Fortaleza – CE. Quaisquer esclarecimentos porventura necessários para o perfeito entendimento deste Edital deverão ser encaminhados à Comissão Especial de Contratação por e-mail para o endereço: licita@al.ce.gov.br até 05 (cinco) dias úteis antes da data prevista para abertura das propostas.

18.18. É de responsabilidade da Licitante o acompanhamento do processo na página da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará – no endereço www.al.ce.gov.br, até a data da realização da sessão pública de recebimento dos envelopes de documentação e propostas, tendo em vista que quaisquer esclarecimentos, referentes a este Edital, serão disponibilizados no referido endereço sem a identificação das consulentes.

18.19. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I: Briefing.
- b) Anexo II: Modelo de Procuração.
- c) Anexo III: Planilha de Preços Sujeitos a Valoração.

-
- d) Anexo IV: Minuta de Contrato.
 - e) Anexo V: Modelo de Declaração de Inexistência de Fato Impeditivo.
 - f) Anexo VI: Modelo de Declaração de Conhecimento do Instrumento Convocatório.
 - g) Termo de Recebimento do Invólucro nº 1.
 - h) Apêndice do Edital: Estudo Técnico Preliminar.

Fortaleza, 18 de junho de 2025.

Comissão Especial de Contratação de Serviços de Publicidade

RODRIGO MARTINIANO AYRES LINS
PRESIDENTE

OTÁVIO CÉSAR LIMA DE MELO
MEMBRO

FRANCISCO JOSÉ DE CASTRO GOMES DIAS
MEMBRO

JOÃO TOMAZ MARTINS DE QUEIROZ
MEMBRO

POLIANA VANÚCIA DE PAULA ALBUQUERQUE
SECRETÁRIA

ANEXO I – BRIEFING

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO CEARÁ

Este anexo tem como objetivo auxiliar os licitantes interessados na elaboração de suas propostas técnicas, fornecendo informações e esclarecimentos relevantes sobre:

- O desafio central de comunicação apresentado para a campanha em desenvolvimento (problema geral).
- Recursos de comunicação pertencentes à Casa Legislativa.
- A Assembleia Legislativa do Ceará.

A Campanha Publicitária

Objetivo Geral (desafio de comunicação)

Mesmo trabalhando em diversas frentes, a Assembleia Legislativa do Ceará, tem por diversas situações, sua atuação confundida com atribuições de poderes executivos e judiciários. Fato que causa frustração entre a população através do desconhecimento do que fez, faz e o que pode fazer pelo povo no âmbito de sua competência legislativa.

O desafio de comunicação desta campanha é fortalecer a imagem da Assembleia Legislativa como promotora da cidadania e agente transformador da sociedade cearense. O objetivo é informar e engajar a população sobre o papel estratégico do Legislativo estadual na formulação de políticas públicas, no controle dos recursos públicos e no estímulo à participação democrática, promovendo assim uma cultura política mais ativa, transparente e plural.

Cabe ao legislador, como encargo fundamental, a eficiente aplicação dos recursos públicos, observando e respeitando os princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade e publicidade, previstos no artigo 37 da Constituição Federal.

Em um momento delicado de polaridade política e social, necessitamos mostrar aos cidadãos cearenses que a Assembleia Legislativa do Ceará trabalha incansavelmente para que os interesses da população sejam soberanos aos posicionamentos pessoais e partidários de qualquer parlamentar.

A campanha publicitária deve apresentar um partido temático, conceito e peças/materiais simples, inovadores e criativos, capazes de estimular o diálogo entre a Assembleia e seus públicos, considerando seus hábitos de consumo de comunicação.

Público-alvo:

- **Sexo:** Masculino e feminino (adolescentes e adultos).
- **Idade:** A critério da licitante.

Perfil:

- **Públicos externos:** A Assembleia Legislativa do Ceará (ALECE) busca dialogar com diversos públicos externos: influenciadores de todas as áreas, empresários de micro, pequenas, médias e grandes empresas, membros de entidades representativas dos setores público e privado, professores, pesquisadores e estudantes de todos os níveis

de ensino, sindicalistas, integrantes de ONGs e associações de moradores, além de participantes de conselhos administrativos (consultivos ou deliberativos) de órgãos e entidades da administração pública direta e indireta.

- **Públicos Internos:** colaboradores, terceirizados, fornecedores de bens e serviços.
- **Praças:** Zonas urbanas e rurais do Estado do Ceará.
- **Período:** 30 dias (início a critério da licitante.)
- **Verba Referencial para Investimento:** R\$ 1.000.000,00 (Um milhão de reais).

Marca:

Na campanha, deve ser utilizado marca oficial com brasão do Estado do Ceará.

Recursos Próprios de Comunicação:

- Agência de Notícias da Assembleia;
- TV Assembleia;
- Rádio FM Assembleia;
- Núcleo de Convergência de Mídias;
- Revista Plenário;
- Mídias digitais (Twitter, Instagram, Facebook);
- Sítio oficial da Assembleia.
- **AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DA ASSEMBLEIA:** A Assembleia Legislativa do Ceará possui um complexo de comunicação que inclui a TV Assembleia e a FM Assembleia. Através de sua plataforma online, oferece informações atualizadas sobre eventos e atividades legislativas, incluindo pronunciamentos de parlamentares, reuniões de comissões, audiências públicas e serviços diversos. Adicionalmente ao noticiário diário, disponibiliza um Banco de Imagens, Clipping Eletrônico via WhatsApp, acesso ao perfil da AL nas redes sociais e um canal de contato (Fale Conosco).
- **TV ASSEMBLEIA – CANAL 30:** Inaugurada em 7 de abril de 2006, Dia do Jornalista e data da instalação da Assembleia da Província do Ceará, a TV ASSEMBLEIA – CANAL 30 tem como objetivo divulgar as atividades dos parlamentares e os atos da Casa Legislativa, além de promover a educação para a cidadania e a prestação de serviços comunitários.
- **RÁDIO FM ASSEMBLEIA 96,7:** A Assembleia Legislativa do Ceará (Alece) transmite suas atividades para todos os municípios cearenses e outros estados do Brasil via internet. Sua cobertura diária ao vivo inclui sessões ordinárias, extraordinárias e solenes no Plenário 13 de Maio, bem como reuniões e audiências públicas das comissões técnicas. A FM Assembleia complementa essa atuação com programação cultural, focando na arte e nos artistas locais.
- **REVISTA PLENÁRIO:** Publicação trimestral com tiragem mínima de 5.000 exemplares, disponível online para desktop e mobile. Apresenta reportagens sobre projetos de deputados e artigos aprofundados sobre temas de grande impacto no estado.
- **NÚCLEO DE CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS SOCIAIS:** A Assembleia Legislativa do Ceará (Alece) unifica seus esforços de comunicação para divulgar as atividades da Casa do Povo, integrando TV, rádio, agência de notícias, Jornal AL e Revista Plenário. Essa estratégia abrange também a gestão dos perfis da Alece nas redes sociais.

O Poder Legislativo e as Constituições do Ceará

Em 7 de abril de 1835, o senador José Martiniano de Alencar inaugurou a primeira sessão do Poder Legislativo Cearense, então composto por 28 deputados e 7 suplentes, em um prédio próximo à Praça da Sé. A criação das assembleias legislativas provinciais ocorreu no ano anterior, por meio do Ato Adicional de 1834, assinado por Dom Pedro II. O Capitão-Mor Joaquim José Barbosa foi o primeiro presidente do Poder.

Após 36 anos, o Legislativo Estadual mudou-se para a Praça Capistrano de Abreu, onde permaneceu por mais de um século, vizinho à Praça General Tibúrcio (Praça dos Leões) e ao Palácio do Governo da época.

Um marco importante ocorreu em 1891, quando o Senado e a Câmara do Ceará, que juntos formavam o Congresso Estadual, promulgaram a primeira Constituição do Estado. No ano seguinte, o Senado foi extinto, e a Assembleia, em sua configuração atual, elaborou a segunda Constituição, seguida por outras três durante o período da República Velha (1889-1930): as de 1917, 1921 e 1925.

Na era Vargas (1930-1945), a Assembleia voltou a atuar como Constituinte em 1935, quando a eleição indireta para governador foi restabelecida, conforme previsto nas Constituições de 1891 e 1892.

Com a redemocratização (1946-1964), o Ceará promulgou uma nova Constituição em 1947. Durante o regime militar (1964-1985), as normas constitucionais foram adaptadas à nova ordem, e a sede da Assembleia foi transferida do centro de Fortaleza para o bairro Dionísio Torres, em 1977, onde se localiza atualmente, na Avenida Desembargador Moreira.

Após o fim do regime militar, a Constituição Federal de 1988 foi promulgada, e no ano seguinte, a Assembleia Legislativa do Ceará elaborou a atual Constituição do Estado.

A Casa do Povo

Como um dos três poderes constituídos – ao lado do Executivo e Judiciário –, representa democraticamente a população cearense. Constituída por 46 parlamentares, sua atribuição primordial é converter as necessidades da sociedade em legislação. Adicionalmente, os deputados têm o dever de supervisionar a aplicação dos recursos públicos.

No exercício de suas funções, os deputados estaduais possuem a prerrogativa de criar comissões de inquérito para apurar desvios na utilização de fundos públicos em âmbito municipal e estadual. Eles também integram comissões especiais para debater assuntos específicos relevantes para a sociedade e votam para aprovar instrumentos como o Orçamento Estadual, o Plano Plurianual do Governo e a Lei de Diretrizes Orçamentárias, além de referendar os nomes indicados para o Tribunal de Contas do Estado (TCE).

As atividades legislativas, fundamentadas nos artigos 49 e 50 da Constituição Estadual, contam com o apoio de 18 comissões técnicas permanentes. Essas comissões são responsáveis por examinar projetos e proposições submetidas à ALECE, bem como por organizar audiências públicas, proporcionando debates com a população sobre o conteúdo dessas matérias, temas e reivindicações.

No plenário, os deputados apresentam projetos de lei, discutem e votam as propostas que emergem da constante interação com os cidadãos durante suas visitas a diversas localidades dos municípios cearenses.

Composição

A Assembleia Legislativa do Estado do Ceará é composta por 46 deputados estaduais, representantes eleitos pelo povo cearense para legislar, fiscalizar e promover o bem comum em todo o território estadual.

A atual legislatura é marcada por ampla diversidade ideológica, com parlamentares de espectros que vão da esquerda à direita, passando por centristas e independentes. Essa pluralidade política reflete a riqueza de pensamentos e demandas da sociedade cearense.

Mesmo em um cenário de polarização nacional, a ALECE tem atuado como espaço de convergência e respeito institucional. O debate democrático entre diferentes posicionamentos fortalece a legitimidade das decisões adotadas.

É nesse ambiente plural que se constrói o compromisso coletivo: priorizar os interesses da população cearense acima de bandeiras partidárias ou posicionamentos pessoais.

Medidas aprovadas por unanimidade ou ampla maioria comprovam que, na prática, os deputados cearenses reconhecem a importância de atuar com responsabilidade pública e espírito colaborativo.

A Assembleia Legislativa reafirma, assim, sua vocação de “Casa do Povo”, comprometida com o diálogo, a escuta social e a promoção de políticas públicas sustentáveis, inclusivas e apartidárias.

As Comissões

Compostas por cinco a nove deputados, as comissões possuem, entre suas responsabilidades:

- Promover audiências públicas com a participação de entidades da sociedade civil em diferentes regiões do estado.
- Convocar secretários de Estado para:
 - subsidiar o processo legislativo;
 - prestar informações sobre assuntos inerentes às suas atribuições.
- A Ouvidoria da ALECE recebe reclamações, representações ou queixas de indivíduos contra ações ou omissões de autoridades públicas ou concessionárias de serviços públicos.
- Acompanhamento da elaboração da proposta orçamentária.
- Acompanhamento e análise de programas de obras e planos de desenvolvimento estaduais, regionais e setoriais, com emissão de pareceres.

A Assembleia Legislativa do Ceará (ALECE) possui 18 Comissões Permanentes, que são órgãos técnicos com atuação contínua. São elas:

- Agropecuária
- Ciência, Tecnologia e Educação Superior
- Constituição, Justiça e Redação
- Cultura e Esportes
- da Infância e Adolescência
- Defesa do Consumidor
- Defesa Social
- Desenvolvimento Regional, Recursos Hídricos, Minas e Pesca
- Direitos Humanos e Cidadania
- Educação
- Fiscalização e Controle

-
- Juventude
 - Indústria, Comércio, Turismo e Serviço
 - Meio Ambiente e Desenvolvimento Semiárido
 - Orçamento, Finanças e Tributação
 - Seguridade Social e Saúde
 - Trabalho, Administração e Serviço Público
 - Viação, Transporte, Desenvolvimento Urbano
 - Comissões Temporárias

As comissões temporárias, como CPIs e Comissões Especiais, são criadas para analisar e deliberar sobre questões específicas, diferentemente das permanentes. Sua existência é transitória, extinguindo-se após seus trabalhos ou prazo. A criação ocorre por aprovação plenária, mediante requerimento fundamentado. CPIs têm poderes de investigação judicial para apurar fatos e responsabilidades. Comissões Especiais discutem e elaboram pareceres sobre matérias complexas e relevantes. Essas comissões são cruciais para o debate aprofundado e normas qualificadas em temas específicos.

Conselho de Ética Parlamentar

Instituído em 2002 pela Resolução nº 473 e reformulado pela Resolução nº 546/2006, o Conselho de Ética Parlamentar, previsto no Código de Ética e Decoro Parlamentar, normatiza a conduta, direitos e deveres dos deputados cearenses desde a diplomação. Composto por nove membros titulares e substitutos eleitos para mandato de dois anos no início da primeira e terceira sessão legislativa, sua direção inclui um Presidente, Vice-Presidente e Ouvidor, responsáveis por analisar representações e denúncias encaminhadas pela Mesa Diretora ou partidos com assento na Assembleia Legislativa.

Corregedoria

A Corregedoria é responsável pelo acompanhamento do desempenho administrativo da Assembleia, pela aplicação das normas regimentais e instruções da Mesa, pela manutenção da ordem e disciplina, e pelo acompanhamento da elaboração da proposta orçamentária do Poder Legislativo. Constituída por um Corregedor e um Corregedor Substituto, com mandato de dois anos e nomes referendados pelo Plenário, são escolhidos pela Mesa Diretora.

Procuradoria Parlamentar

A Procuradoria Parlamentar, conforme o art. 34 do Regimento Interno, tem como finalidade, em colaboração com a Mesa Diretora, a defesa da Assembleia Legislativa, seus órgãos e membros, quando atingidos em sua honra ou imagem devido ao exercício do mandato ou funções institucionais. Cabe à Procuradoria promover, por meio do Ministério Público ou advogados, as medidas judiciais e extrajudiciais necessárias para obter reparação em defesa do órgão ou do ofendido. A Procuradoria Parlamentar, criada pela Resolução nº 545/2006, que alterou o Regimento Interno, resguarda o direito do parlamentar à inviolabilidade da intimidade, vida privada, honra e imagem, assegurando indenização por dano material ou moral decorrente de violação (art. 5º, X, CF).

Consultoria Parlamentar

A Consultoria Parlamentar da Assembleia Legislativa do Ceará oferece aos parlamentares, departamentos da ALECE e Câmaras Municipais uma equipe multidisciplinar especializada para atender suas demandas.

Objetivos:

- Apoiar o exercício da função parlamentar.
- Assessorar os departamentos da ALECE.
- Contribuir para a melhoria contínua dos trabalhos legislativos.
- Buscar a satisfação dos solicitantes.

Nossa Meta:

- Ser referência em consultoria de qualidade e efetiva no Poder Legislativo Estadual.

Princípios:

- Ética
- Responsabilidade
- Confidencialidade
- Qualidade nos serviços

Serviços Oferecidos:

- Elaboração de estudos técnicos.
- Elaboração, revisão e adequação técnica de minutas de proposições.
- Consultoria parlamentar em plenário.
- Consultoria a comissões temporárias.
- Consultoria a Câmaras Municipais.
- Revisão de pronunciamentos.
- Elaboração de publicações.
- Outros serviços (sujeitos à aprovação da Diretoria Adjunta-Operacional).

Conselho de Altos Estudos e Assuntos Estratégicos

Criado pela Resolução nº 557/2007, assemelha-se ao conselho da Câmara Federal, oferecendo suporte técnico e científico para o planejamento de políticas públicas e o processo decisório legislativo. Este órgão consultivo, vinculado à Mesa Diretora, visa aproximar a Assembleia da população, incentivando sua participação na elaboração de políticas.

Inicialmente, o Conselho dedicou-se à questão hídrica, culminando no “Pacto das Águas” e na produção de documentos como o “Cenário Atual dos Recursos Hídricos”, o “Plano Estratégico para os Recursos Hídricos do Ceará” e onze Cadernos Regionais das Bacias Hidrográficas. Em 2009, divulgou o 1º Relatório de Acompanhamento e Avaliação do Pacto das Águas. Em 2011, foram concluídos o “Pacto pela Vida” (sobre drogas) e o “Pacto pela Convivência com o Semiárido”, ambos com diagnósticos e planejamentos para políticas públicas. De 2011 a 2014, o “Pacto pelo Pecém” aprofundou estudos sobre o Complexo Industrial e Portuário, avaliando seus impactos socioeconômicos. Os temas abordados refletem a prioridade de discussões e elaboração de políticas públicas entre instituições e órgãos governamentais, com a articulação da Assembleia.

Escritório Frei Tito de Alencar

O Escritório de Direitos Humanos e Assessoria Jurídica Popular Frei Tito de Alencar, criado em 2000 e ligado à Comissão de Direitos Humanos da Assembleia Legislativa, oferece assistência jurídica a comunidades vulneráveis no Ceará, atuando em parceria com entidades públicas e privadas na defesa de direitos humanos em demandas coletivas e individuais de grande impacto. Sua missão é usar o Direito para a emancipação humana e a paz social, indo além do assistencialismo para apoiar movimentos populares na luta por direitos, justiça e dignidade.

O Escritório foca no atendimento judicial e extrajudicial de pessoas carentes em áreas como conflitos fundiários, moradia, combate à violência contra grupos vulneráveis, liberdade de comunicação e proteção ambiental. Além da assessoria jurídica, promove educação popular e conscientização sobre direitos humanos e cidadania por meio de oficinas, cursos e capacitações.

Adicionalmente, o Escritório Frei Tito oferece orientação jurídica geral, encaminhamento a órgãos especializados e mantém parcerias para resolução de conflitos e efetivação dos direitos humanos.

Espaço do Povo

O Espaço do Povo, serviço da Assembleia Legislativa do Ceará criado em 23 de maio de 1996 para aproximar o legislativo do cidadão, oferece acesso rápido e de qualidade a informações digitais.

Através dele, o usuário pode realizar pesquisas, imprimir documentos e obter dados sobre o Poder Legislativo, incluindo a aprovação de leis, a produção e atuação dos parlamentares, as atividades das Comissões Permanentes, o Portal da Transparência, publicações da Casa e outras informações disponíveis no site da Assembleia Legislativa.

Dessa forma, o Espaço do Povo contribui para a divulgação da atividade legislativa. Além disso, o cidadão tem acesso a informações sobre serviços de outros órgãos públicos e organizações da sociedade civil relevantes para o seu dia a dia.

Sua estrutura conta com doze computadores, uma impressora e servidores para auxiliar os usuários no acesso à informação em geral.

A Ouvidoria

A Ouvidoria, estabelecida por resolução em dezembro de 2006, fortalece a comunicação entre a Assembleia e a sociedade, atuando como órgão de controle da qualidade dos serviços públicos. O Ouvidor avalia representações e denúncias, ouvindo os deputados envolvidos e emitindo pareceres escritos ao Conselho de Ética Parlamentar.

Suas atribuições incluem:

- Prestar contas à população sobre as atividades da Assembleia, promovendo transparência.
- Receber, analisar e encaminhar reclamações e representações sobre:
 - Violação de direitos fundamentais e discriminação.
 - Ilegalidades e abuso de poder.

-
- Mau funcionamento dos serviços legislativos e administrativos.
 - Atos incompatíveis com a função parlamentar por deputados e servidores.
 - Propor medidas para corrigir violações, ilegalidades e abusos.
 - Sugerir ações para aprimorar os trabalhos legislativos e administrativos da Assembleia.
 - Propor a abertura de sindicâncias ou inquéritos para apurar irregularidades.
 - Encaminhar denúncias que necessitam de maior investigação ao Tribunal de Contas, Ministério Público ou outros órgãos competentes.
 - Informar cidadãos e entidades sobre as providências tomadas pela Assembleia em relação a seus interesses.
 - Organizar audiências públicas com a sociedade civil.
 - Facilitar o acompanhamento de matérias legislativas e o controle da atuação dos representantes pela população.

Comissão de Defesa do Consumidor (Procon Assembleia)

O Procon Assembleia, criado em 2001 (Resolução nº 464/2001), é o segundo órgão de defesa do consumidor estabelecido por um legislativo estadual no Brasil. Integrado à administração pública direta da Assembleia Legislativa, opera como comissão técnica permanente, focando na proteção dos direitos e interesses de consumidores de bens e serviços, com atendimento ao público no Anexo II do Edifício José Euclides Ferreira Gomes.

O Procon Assembleia realiza audiências de conciliação em sua sede para mediar conflitos entre consumidores e fornecedores. O contato pode ser feito gratuitamente pelo telefone 0800.2752700.

Suas principais funções, conforme a Resolução nº 464/2001, incluem:

- Receber e analisar denúncias de consumidores e entidades representativas.
- Incentivar a conciliação e promover acordos individuais ou coletivos.
- Realizar audiências de conciliação, atuando como mediador.
- Informar, conscientizar, orientar e motivar os consumidores sobre seus direitos e garantias.
- Promover campanhas educativas sobre direitos e garantias nas relações de consumo, além de produzir materiais como a Cartilha Jovem Consumidor, o Guia do Consumidor e uma edição do Código de Defesa do Consumidor com legislação correlata.
- Levar ao conhecimento de outros órgãos públicos competentes as infrações que violem os interesses dos consumidores, encaminhando denúncias ao Decon e ao Poder Judiciário, e orientando os consumidores sobre como acessá-los.
- Incentivar e orientar a criação de órgãos municipais de defesa do consumidor no Ceará.
- Oferecer subsídios e orientação a prefeituras interessadas em implementar órgãos de defesa do consumidor.

O Procon Assembleia disponibiliza um terminal para consulta ao SPC e SERASA.

INESP

O Instituto de Estudos e Pesquisas para o Desenvolvimento do Estado do Ceará (Inesp), fundado em 1988, serve como órgão de suporte técnico, cultural e científico da Assembleia Legislativa do Ceará. Sua finalidade primordial é impulsionar a participação cidadã nas decisões cruciais para o desenvolvimento estadual. Para alcançar este objetivo, o Inesp

implementa programas de capacitação, organiza seminários técnicos, desenvolve projetos educacionais e realiza publicações de livros e materiais informativos.

Em colaboração com instituições científicas e educacionais, o Inesp avalia os efeitos das políticas públicas e da legislação em vigor no Ceará. Adicionalmente, oferece suporte técnico às comissões da Assembleia e às atividades parlamentares através de estudos e pesquisas sobre temas relevantes tanto para o cenário nacional quanto para o local. As iniciativas do Instituto fomentam a criação de espaços públicos para participação e debate, além de disseminar pesquisas, projetos, experiências e reflexões críticas.

O Inesp estrutura-se em cinco centros interconectados, que trabalham de forma integrada para maximizar resultados e otimizar a utilização de recursos físicos, financeiros e humanos:

- I. Centro Administrativo — Secretaria
- II. Centro Cultural do Parlamento
- III. Centro de Produção Gráfica
- IV. Centro de Comunicação Social
- V. Centro de Mobilização Política e Social

A Escola Superior do Parlamento Cearense (Unipace)

Criada em 2007 e localizada na Avenida Pontes Vieira, 2391, Anexo II, tem como objetivo principal aperfeiçoar o serviço público através da formação e qualificação profissional de servidores públicos e cidadãos. Seu foco especial reside nas necessidades de desenvolvimento profissional de parlamentares e agentes políticos ligados às Assembleias Legislativas e Câmaras Municipais conveniadas.

A Unipace oferece ensino de graduação e pós-graduação em áreas relacionadas à atuação parlamentar, buscando:

- Fornecer subsídios para que parlamentares, servidores e cidadãos compreendam e exerçam eficazmente a missão do Poder Legislativo.
- Possibilitar a complementação de estudos em todos os níveis de escolaridade, do fundamental e médio à pós-graduação e extensão universitária.
- Oferecer conhecimento específico sobre as funções do Estado, especialmente as típicas e atípicas do Legislativo, para otimizar o desempenho profissional na Assembleia Legislativa do Ceará e nas Câmaras Municipais.
- Qualificar servidores em atividades técnico-administrativas e ampliar sua formação em assuntos legislativos.
- Desenvolver programas de ensino para a formação e qualificação de lideranças comunitárias e políticas.
- Estimular a pesquisa técnico-acadêmica voltada ao Poder Legislativo, em colaboração com outras instituições de ensino.
- Integrar o Programa Interlegis do Senado Federal, promovendo a participação em videoconferências, treinamentos à distância e o intercâmbio de dados e conhecimentos com outras escolas legislativas.
- Publicar artigos, livros e revistas resultantes de estudos e pesquisas realizados pela instituição.

Biblioteca

A biblioteca da Assembleia Legislativa do Ceará, localizada no 4º andar do anexo II (sala 18), oferece um acervo de seis mil títulos, incluindo uma valiosa coleção de obras raras que abrangem mais de um século da história do parlamento cearense. Informatizada e equipada com espaços para pesquisa e leitura, a biblioteca disponibiliza livros, periódicos, jornais, CD-ROMs, fitas de vídeo, DVDs, mídias digitais e outros materiais para estudo e consulta. Aberta de segunda a sexta-feira, das 8h às 17h, atende estudantes, pesquisadores, servidores e demais interessados em legislação e informações de diversas áreas do conhecimento.

Disk Assembleia

Desde 2011, a Assembleia Legislativa do Ceará disponibiliza o Disk Assembleia, um serviço gratuito com seis atendentes para tirar dúvidas sobre o Legislativo Estadual. A população pode obter informações sobre cursos da Unipace e participar de enquetes da TV Assembleia, entre outras atividades.

Casa do Cidadão

A Assembleia Legislativa do Ceará, em parceria com a Sejus, oferece serviços de emissão de RG (primeira e segunda vias) e primeira via do CPF na Casa do Cidadão, localizada no Anexo II. O atendimento é de segunda a sexta, das 8h às 16h30, com um tempo médio de solicitação de dez minutos.

Agenda Ambiental na Administração Pública — A3P

Em 2012, a Assembleia Legislativa do Estado do Ceará aderiu à Agenda Ambiental na Administração Pública — A3P (termo renovado em outubro de 2017), um programa do Ministério do Meio Ambiente que visa promover a responsabilidade socioambiental e a sustentabilidade na administração pública. Essa adesão conferiu à Assembleia o título de primeira Casa Legislativa do país a aderir ao programa naquele ano e a receber a certificação do Selo A3P Verde. A A3P busca sensibilizar gestores e servidores, propondo uma nova cultura institucional focada na excelência da gestão ambiental.

ANEXO II - MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante
Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado
O representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência N.º _____ – ALECE

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

.....-.....de.....de 2025.

NOME
CARGO
EMPRESA

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário **comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.**

ANEXO III - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a) desconto a ser concedido à ALECE, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará): ____% (_____ por cento);

b) honorários, a serem cobrados da ALECE, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: ____% (_____ por cento);

c) honorários, a serem cobrados da ALECE, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual: ____% (_____ por cento).

..... -....., de de 2025.

ANEXO IV – MINUTA DO TERMO DE CONTRATO

Contrato n.º ____/ 2025
Processo n.º _____

**CONTRATO QUE ENTRE SI CELEBRAM
A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO CEARÁ
E AS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE, ABAIXO
QUALIFICADOS, PARA O FIM QUE NELE SE
DECLARA.**

A **ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO CEARÁ**, inscrita no CNPJ sob o N.º 06.750.525/0001-20, situada na Av. Desembargador Moreira, n.º 2807, Dionísio Torres, nesta Capital, doravante denominada **CONTRATANTE**, neste ato representada por sua Diretora Geral, a Sra. Sávia Maria de Queiroz Magalhães e a AGÊNCIA DE PUBLICIDADE 01, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º xxxxxxxx, com sede em (ENDEREÇO COMPLETO), neste ato representada por (NOME COMPLETO), brasileiro, estado civil, profissão, inscrito no CPF/MF sob o n.º xxxxxx Inscrito no RG sob o n.º xxxxxx, e a AGÊNCIA DE PUBLICIDADE 02, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º xxxxxxxx, com sede na (ENDEREÇO COMPLETO), neste ato representada por (NOME COMPLETO), brasileiro, estado civil, profissão, inscrito no CPF/MF sob o n.º xxxxxxxx Inscrito no RG sob o n.º xxxxxx, e a AGÊNCIA DE PUBLICIDADE 03, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º xxxxxx, com sede na (ENDEREÇO COMPLETO), neste ato representada por (NOME COMPLETO), brasileiro, estado civil, profissão, inscrito no CPF/MF sob o n.º xxxxxx, Inscrito no RG sob o n.º xxxxxx, doravante denominadas **CONTRATADAS**, resolvem celebrar o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade e propaganda, oriundo da Concorrência N.º _____ – ALECE, a serem realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço global, mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA FUNDAMENTAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato tem como fundamento a Concorrência n.º 70/2025, e seus anexos, os preceitos do direito público, Lei Federal n.º 14.133, de 1º de abril de 2021, Lei n.º 4.680, de 18 de junho de 1965, Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, Decreto Federal n.º 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, das normas padrão da atividade publicitária e do relacionamento comercial entre anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação, Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, bem como Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e das disposições deste Edital e de seus anexos.

1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições, o Edital da Concorrência n.º 70/2025 - ALECE e seus anexos, bem como as propostas das Contratadas.

1.3. A **CONTRATANTE** publicará o extrato resumido do presente Contrato no Diário Oficial do Estado, nos termos da legislação aplicável.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

2.1. O objeto do presente instrumento é a contratação de **03 (três)** Agências de Publicidade e Propaganda, para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão

da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, nas condições estabelecidas neste contrato e no Termo de Referência do edital e na proposta do CONTRATADO.

2.1. Os serviços objeto deste contrato compreendem:

2.1.1. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

2.1.1.1. Ao planejamento e à execução de pesquisas 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.

2.1.1.2. À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

2.1.1.3. À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 2.2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.1.3. Os serviços previstos no subitem 2.2.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações-públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem anterior o patrocínio de mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio de transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

2.1.4. Os serviços serão solicitados e executados indistintamente por qualquer uma das agências contratadas ficando assegurado a garantia de que o valor realizado por elas, individualmente, seja pelo menos igual a 10% (dez por cento) da verba máxima disponibilizada para o exercício financeiro.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

3.1. O prazo de vigência deste contrato é de 12 (doze) meses, contado da sua assinatura, prorrogável por até 10 (dez) anos, na forma do art. 106 e 107 c/c o art. 94 tudo da Lei nº 14.133/2021.

3.1.1. A prorrogação de que trata este subitem é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o CONTRATADO.

3.1.2. Para as prorrogações, será observado o resultado das avaliações semestrais previstas na Cláusula Sétima, deste Contrato, **(subitens 7.10. e 7.10.1)**.

CLÁUSULA QUARTA - VALOR GLOBAL E ORÇAMENTO

4.1. O valor global deste Contrato é de R\$ 18.000.000,00 (dezoito milhões de reais).

4.2. As despesas decorrentes do objeto deste Contrato correrão por conta das seguintes dotações orçamentárias:

- 01000000.001.01.01.031.436.20872.0.1.5.00.9.100000.3.3.90.39.03.2.1.0000.E0000

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DAS CONTRATADAS

5.1. São obrigações das CONTRATADAS:

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

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

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

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

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

- a) Dois profissionais na área de atendimento;
- b) Um profissional na área de planejamento;
- c) Dois profissionais na área de criação;
- d) Um profissional nas áreas: de produção impressa, de produção eletrônica e de design/computação gráfica;
- e) Um profissional na área de mídia.

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

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

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

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

5.1.3.5. A infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato de-

verão ser comprovados mediante apresentação do título constitutivo de posse ou de propriedade da CONTRATADA (contrato de locação, de comodato, de doação, de cessão de direitos ou escritura pública) e dos respectivos documentos contábeis que comprovem a propriedade dos mesmos por parte da CONTRATANTE.

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

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

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

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

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

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

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

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

5.1.5.5. Sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do Contrato, a CONTRATADA procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

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

5.1.6.1. Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempos e ou espaços publicitários diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de comunicação e divulgação.

5.1.6.1.1 O disposto no item 5.1.6.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de comunicação e divulgação à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

5.1.7. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 8.2.1. e 8.2.2., da Cláusula Oitava, para os direitos autorais de imagem e de som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

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

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

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

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

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

5.1.13. Produzir e entregar ao final de cada ano ou ao final da vigência deste contrato, o que ocorrer primeiro, em CD ou em DVD ou outro meio magnético adequado, portfólio dos trabalhos que realizou (período: 01/01 a 31/12 ou início da vigência a 31/12 ou 01/01 até o final da vigência) para a CONTRATANTE.

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

5.1.15. Registrar em Relatórios semanais, as demandas recebidas e as atividades realizadas pela CONTRATADA em relação a cada uma das ações em desenvolvimento, os

Briefings e as reuniões subsequentes para o desenvolvimento de cada ação. Os relatórios semanais deverão ser assinados e enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE no dia acordado entre as partes. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRA- TANTE solicitará a necessária correção no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento dos respectivos relatórios.

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

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

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

5.1.19. 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.

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

5.1.21. Assumir, com exclusividade, todos os tributos que forem devidos em decorrência do objeto deste Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.22. 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.

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

5.1.24. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e com a própria CONTRATANTE.

5.1.25. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este Contrato.

5.1.26. Exigir de terceiros em casos de contratação para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, as mesmas condições do presente contrato, inclusive a regularidade fiscal prevista no art. 68 da Lei nº 14.133/2021.

5.1.27. Responder perante a CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.28. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou de erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou em perda de descontos para a CONTRATANTE.

5.1.29. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados,

prepostos ou contratados, bem como se obrigar por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhes venham a ser atribuída por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.

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

5.1.31. Responder por qualquer ação, de qualquer natureza, em âmbito administrativo, ou ação judicial, movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.

5.1.32. As responsabilidades imputadas à CONTRATADA, por prejuízos decorrentes de ações delitivas perpetradas contra a CONTRATANTE, não cessam com a rescisão deste contrato.

5.1.33. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado deste Contrato previsto na Cláusula Quarta, facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes, devidamente comprovado.

5.1.34. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, durante o período mínimo de 05 (cinco) anos após a extinção do presente Contrato.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo contratado, de acordo com este instrumento e seus anexos;

6.2. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas neste Termo;

6.3. Notificar o contratado, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto contratado, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas;

6.4. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo contratado;

6.5. Comunicar o contratado para emissão de nota fiscal relativa à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento, quando houver controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, conforme o art. 143 da Lei nº 14.133/2021;

6.6. Efetuar o pagamento ao contratado do valor correspondente a execução do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos neste termo;

6.7. Aplicar as sanções previstas na lei e edital, quando do descumprimento de obrigações pelo contratado;

6.8. Emitir explicitamente decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do contrato.

6.8.1. A Administração terá o prazo de 30 dias, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.

6.9. Responder eventuais pedidos de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo CONTRATADO no prazo máximo de 30 dias.

6.10. Não responder por quaisquer compromissos assumidos pelo CONTRATADO com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do CONTRATADO, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. 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.

7.1.1. A fiscalização dos serviços será exercida pelo gestor do contrato, ou por preposto devidamente credenciado, que terá poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou as falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste Contrato.

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

7.2.1. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste Contrato.

7.3. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CONTRATANTE.

7.3.1 Não será permitido a CONTRATADA declinar de nenhuma solicitação dos serviços previstos na Cláusula Segunda deste CONTRATO.

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

7.5. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, a sua expensa e nos prazos estipulados pela fiscalização.

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

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

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

7.9. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste Contrato, juntamente com um representante credenciado pela CONTRATADA.

7.10. A CONTRATANTE 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 por ela praticada.

7.10.1. A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para aquilatar a necessidade de solicitar à CONTRATADA que melhore a qualidade dos serviços prestados

para decidir sobre a conveniência de prorrogar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente Contrato; para fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO

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

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

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

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

8.2. Em relação aos direitos autorais:

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

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

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

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

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

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

8.3. A CONTRATADA não fará jus:

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

CLÁUSULA NONA – DESCONTO DE AGÊNCIA

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

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

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

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

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

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

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

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

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

a) Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilha sonora, as matrizes e os demais trabalhos assemelhados.

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

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

10.4. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada (s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

10.5. A CONTRATADA se compromete a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e de som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

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

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

11.1. Entregar à CONTRATANTE, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 (dez) de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas referente a demanda dos serviços, oriundos do mês anterior, com o respectivo acompanhamento de seus comprovantes de realização.

11.2. Os documentos de cobrança da CONTRATADA, compostos de sua Fatura com a respectiva Nota Fiscal do terceiro, acompanhada dos comprovantes dos respectivos serviços prestados, serão liquidados por meio de depósito bancário, conforme os seguintes dados da CONTRATADA: Banco Bradesco – nº da Agência e nº. da Conta Corrente.

11.2.1 Encontram-se dentro da excepcionalidade à exigência do item 11.2, os comprovadamente isentos na forma da Lei;

11.3. Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas à CONTRATANTE, por meio de Carta, ficando sob inteira responsabilidade da CONTRATADA os prejuízos decorrentes de pagamentos incorretos devido à falta de informação.

11.4. O CNPJ que deverá constar nas Faturas apresentadas e na conta corrente utilizada para pagamento à CONTRATADA deverá ser o mesmo CNPJ que a CONTRATADA utilizou neste contrato.

11.5. O CNPJ que deverá constar das Notas Fiscais dos fornecedores deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

11.6. Nos documentos fiscais da CONTRATADA, referentes ao pagamento de terceiros, deverá constar, necessariamente, o número deste contrato; o número do documento que autorizou a veiculação ou produção do serviço; a razão social do fornecedor com seu respectivo CNPJ; e os dados bancários apresentados no subitem 11.2. deste contrato.

11.7. Correrão por conta da CONTRATADA o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito.

11.8. Os pagamentos serão efetuados após o recebimento dos serviços, mediante apresentação de Nota(s) Fiscal(is)/Fatura(s), após o atesto pela CONTRATANTE, a qual

acontecerá da seguinte forma:

11.8.1. Veiculação: em até 30 (trinta) dias após o mês de veiculação, mediante apresentação dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos veículos, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação;

11.8.2. Produção: em até 30 (trinta) dias após o mês de produção, mediante apresentação dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos fornecedores, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes;

11.8.3. Outros serviços: realizados por terceiros nos vencimentos previamente ajustados com a CONTRATANTE, mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos fornecedores e respectivos comprovantes.

11.8.4. Para fins de pagamento, a CONTRATADA deverá apresentar, de sua pessoa jurídica e dos fornecedores a que se referem, juntamente com a Nota(s) Fiscal(is)/Fatura, os seguintes documentos:

a) Certidão Negativa de Débito do INSS;

b) Certificado de Regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;

c) Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União da Fazenda Federal), Estadual e Municipal nos seus respectivos órgãos;

d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas.

11.8.5. A não apresentação da Certidão Negativa de Débito do INSS, do Certificado de Regularidade do FGTS e da Certidão Negativa de Débito (CND) relativa aos Tributos Federais, Estaduais e Municipais, bem como a Certidão Negativa de Débitos Trabalhista ou a irregularidade destas, não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a CONTRATADA será comunicada quanto à necessidade de apresentação e/ou regularização de tais documentos em até 30 (trinta) dias.

11.8.6. Decorrido o prazo acima, persistindo a irregularidade, este Contrato poderá ser rescindido, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, no caso de as certidões se referirem à pessoa jurídica da CONTRATADA. Caso se referirem à pessoa jurídica dos fornecedores emitentes das Notas Fiscais, a CONTRATADA será notificada para não mais agenciá-los, até que a situação fiscal dos mesmos esteja regularizada.

11.8.7. Deflagrada a situação do item anterior, fica facultado à CONTRATANTE oficiar a ocorrência ao INSS, no caso da CND/INSS, à Caixa Econômica Federal, no caso do CRF, aos órgãos competentes, no caso de CND relativa aos Tributos Federais, Estaduais e Municipais e ao Ministério Público do Trabalho no caso dos Tributos Trabalhistas.

11.8. Caso o serviço, objeto deste Contrato, seja recusado ou o documento fiscal apresente alguma incorreção, será considerado como não entregue e o prazo de pagamento será contado a partir da data de regularização, observado o prazo disposto no subitem 11.7. deste Contrato.

11.9. A CONTRATANTE efetuará as retenções dos tributos incidentes no faturamento, de acordo com a legislação vigente.

11.10. Todos os documentos de cobrança e demais documentos necessários para a efetivação de pagamento pela CONTRATANTE, deverão ser encaminhados ao endereço a seguir: na Avenida Desembargador Moreira, 2807, Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, Bairro Dionísio Torres, CEP: 60.170-000, Fortaleza – Ceará, para a Coordenadoria de Comunicação Social.

11.11. Ocorrendo atraso de pagamento por culpa da CONTRATANTE, será procedida a atualização monetária decorrente desse atraso, com base na variação *pro rata tempore* dos IGP-M (FGV), verificado entre a data prevista para o pagamento e a data em que o mesmo for efetivado.

11.12. A CONTRATANTE não acatará a cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título, em bancos ou outras instituições do gênero.

11.13. Os pagamentos efetuados pela CONTRATANTE não isentam a CONTRATADA de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

11.14. 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.

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

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

11.17. A CONTRATADA apresentará cópias dos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, até o 5º dia útil do mês subsequente ao do pagamento realizado pela CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GARANTIA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

12.1. Após a adjudicação do objeto do certame e até a data da contratação, a licitante vencedora deverá prestar garantia contratual correspondente a 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, em conformidade com o disposto no art. 96 da Lei Federal nº 14.133/2021, vedada à prestação de garantia através de Títulos da Dívida Agrária.

12.2. Na garantia deverá estar expresso prazo de validade superior a 90 (noventa) dias do prazo contratual.

12.3. A garantia prestada será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente, conforme dispõe o art. 100 da Lei Federal nº 14.133/2021.

12.4. A não prestação de garantia equivale à recusa injustificada para a contratação, caracterizando descumprimento total da obrigação assumida, ficando a adjudicatária sujeita às penalidades legalmente estabelecidas, inclusive multa.

12.5. Na ocorrência de acréscimo contratual de valor, deverá ser prestada garantia proporcional ao valor acrescido, nas mesmas condições estabelecidas no subitem 16.1. deste edital.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – SIGILO

13.1. A CONTRATADA somente poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome da CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

13.2. 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, mesmo após o término deste Contrato.

13.2.1. A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato nos termos da Lei nº 14.133/2021, e sujeitará a CONTRATADA às penas cabíveis e às indenizações por perdas e danos previstos na legislação ordinária.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1. Pela inexecução total ou parcial deste Contrato, a CONTRATANTE poderá aplicar à CONTRATADA, sem prejuízo da reparação dos danos causados, as seguintes sanções:

14.1.1. Advertência: será aplicada quando ocorrer o descumprimento das obrigações assumidas, podendo ser cumulada com outra penalidade;

14.1.2. Multa: será aplicada nos seguintes casos:

14.1.2.1. O atraso injustificado na execução deste Contrato sujeitará a CONTRATADA à multa de mora, na forma a seguir, garantida a defesa prévia:

a) Atraso na implantação da estrutura em Fortaleza/CE, conforme subitem 5.1.3. deste Contrato, a contar do 31º (trigésimo primeiro) dia da data da assinatura deste contrato: em 0,01% (um centésimo por cento) sobre o valor global deste contrato, por dia de atraso, até o 60º (sexagésimo) dia.

b) Atraso na implantação da estrutura em Fortaleza/CE, conforme subitem 5.1.3. deste Contrato, a contar do 61º (sexagésimo primeiro) dia da data da assinatura deste contrato: em 0,1% (um décimo por cento) sobre o valor global deste contrato, por dia de atraso.

c) Atraso na alocação dos profissionais pontuados tecnicamente na estrutura em Fortaleza/CE, conforme subitem 5.1.3.3. deste Contrato, a contar do 31º (trigésimo primeiro) dia da data da assinatura deste contrato: em 0,01% (um centésimo por cento) sobre o valor global deste contrato, por profissional faltante e por dia de atraso, até o 60º (sexagésimo) dia.

d) Atraso na alocação dos profissionais pontuados tecnicamente na estrutura em Fortaleza/CE, conforme subitem 5.1.3.3. deste Contrato, a contar do 61º (sexagésimo primeiro) dia da data da assinatura deste contrato: em 0,1% (um décimo por cento) sobre o valor global deste contrato, por profissional faltante e por dia de atraso.

e) Atraso na apresentação/atualização da garantia de execução contratual, estabelecida neste Contrato (Cláusula Décima Segunda): em 1% (um por cento) do valor total da garantia prestada, por dia de atraso, conforme subitem 12.1. deste contrato, até o limite de 10 (dez) dias úteis.

f) Ocorrência de atrasos em qualquer outro prazo previsto neste instrumento não abrangidos pelas alíneas anteriores: em 0,01 % (um centésimo por cento) do valor global deste instrumento, por dia de atraso.

14.1.2.2. Pela inexecução total ou parcial serão aplicadas multas na forma a seguir, garantida a prévia defesa:

a) Quando a CONTRATADA incorrer em alguma das hipóteses das alíneas “a” a “j” do subitem 15.1.1. deste Contrato (rescisão unilateral): em 10% (dez por cento) do valor global atualizado deste Contrato.

b) Não-apresentação/atualização da garantia de execução contratual, após o limite de prazo constante na alínea “e” do subitem 14.1.2.1. na forma estabelecida neste Contrato: em 50% (cinquenta por cento) do valor total da garantia prestada, conforme subitem 12.1. deste Contrato, sem prejuízo da rescisão contratual e demais penalidades previstas neste Contrato.

c) Pela não-manutenção das condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, conforme subitem 5.1.26 deste Contrato: em 10% (dez por cento) sobre o valor global

atualizado deste Contrato, sem prejuízo da rescisão contratual e demais penalidades previstas neste Contrato.

d) Utilizar o presente Contrato em qualquer operação financeira, conforme subitem 5.1.18 deste Contrato: em 10% (dez por cento) do valor global atualizado deste Contrato, sem prejuízo da rescisão contratual e demais penalidades previstas neste Contrato.

e) Ocorrência de quaisquer outros tipos de descumprimento contratual não abrangidos pelas alíneas anteriores: em 0,1% (um décimo por cento) do valor global atualizado deste Instrumento para cada evento.

14.1.2.3. As multas previstas nos subitens 14.1.2.1. e 14.1.2.2. são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, ficando, porém, o total das multas do subitem 14.1.2.1 limitado a 20% (vinte por cento) do valor total atualizado deste Contrato, sendo que, acima desse percentual a CONTRATADA ficará sujeita à rescisão contratual.

14.1.2.4. Em caso de descumprimento deste Contrato, além das multas de mora, a CONTRATADA responderá por quaisquer danos e prejuízos sofridos pela CONTRATANTE.

14.1.2.5. Não serão aplicadas multas decorrentes de casos fortuitos ou força maior ou razões de interesse público, devidamente comprovados.

14.1.2.6. O valor da multa e os prejuízos causados pela CONTRATADA serão executados pela CONTRATANTE, nos termos das alíneas “a”, “b” e “c” do subitem 15.6 deste Contrato.

14.1.2.7. Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE pelo período não superior a 02 (dois) anos, nos seguintes casos, dentre outros:

- a) Não-manutenção de situação regular em relação à Documentação de Habilitação;
- b) Se a CONTRATADA der causa à rescisão unilateral deste Contrato, por descumprimento de suas obrigações;
- c) Apresentação de documentos falsos ou adulterados;
- d) Cometimento de falhas ou fraudes na execução deste Contrato.

14.1.2.8. A suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE, também, poderá ser aplicada nos casos previstos nas alíneas do subitem 14.1.2.4.

14.1.2.9. 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 perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção, previsto na Lei nº 14.133/2021, que será aplicada, também, nos seguintes casos:

- a) Tenha sofrido condenação definitiva por praticar, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- b) Tenha praticado atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da contratação;
- c) Demonstre não possuir idoneidade para contratar com a Administração Pública.

14.2. As penalidades serão aplicadas com observância aos princípios da ampla defesa e do contraditório.

14.3. As sanções previstas no subitem 14.1.1. poderá ser aplicada juntamente com a do subitem 14.1.2., facultada a defesa prévia da CONTRATADA, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da comunicação das mesmas, cujas razões, em sendo

procedentes, poderão isentá-la das penalidades; caso contrário, aplicar-se-á a sanção cabível.

14.4. Da aplicação das penalidades previstas nesta Cláusula caberá recurso.

14.4.1. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, neste mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida em 05 (cinco) dias úteis contados do recebimento do recurso, pela autoridade superior, sob pena de responsabilidade.

14.5. O valor das multas e os prejuízos causados à CONTRATANTE poderão ser descontados da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

14.6. A CONTRATADA desde logo autoriza a CONTRATANTE a descontar dos valores por ele devidos o montante das multas a ela aplicadas.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – RESCISÃO

15.1. O presente Contrato poderá ser rescindido, sem prejuízo das penalidades previstas na Cláusula décima quarta:

15.1.1. Por ato unilateral da CONTRATANTE, quando ocorrer:

a) O não-cumprimento ou cumprimento irregular de Cláusulas contratuais, especificações técnicas, projetos ou prazos, tais como:

a.1) Não-apresentação ou não-atualização da garantia de execução contratual;

a.2) Não-manutenção das condições de habilitação exigidas na licitação;

a.3) Utilização deste Contrato em qualquer operação financeira;

a.4) Descumprimento do disposto na Constituição Federal, em seu artigo 7º, inciso XXXIII, sem prejuízo das sanções penais cabíveis.

b) A lentidão do seu cumprimento, levando a CONTRATANTE a comprovar a impossibilidade da conclusão do fornecimento, nos prazos estipulados;

c) Atraso injustificado na entrega do produto ou do serviço;

d) Paralisação do serviço, sem justa causa e prévia comunicação à CONTRATANTE;

e) Subcontratação total ou parcial do objeto deste Contrato, a associação da CONTRATADA com outrem, cessão ou transferência, total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação, sem expressa anuência da CONTRATANTE;

f) Desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como, a de seus superiores;

g) Cometimento de falhas na execução deste Contrato;

h) Decretação de falência da CONTRATADA;

i) Dissolução da sociedade da CONTRATADA;

j) Alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da CONTRATADA, que prejudique a execução deste Contrato;

k) Razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e determinadas pela máxima autoridade da esfera administrativa a que está subordinada a CONTRATANTE e exaradas no processo administrativo a que se refere este Contrato;

l) Caso fortuito ou força maior, regularmente comprovados, impeditivos à execução deste Contrato.

15.1.2. Amigavelmente, por acordo entre as partes, desde que haja conveniência para a CONTRATANTE, reduzida a termo no Processo Administrativo.

15.1.3. Judicialmente, nos termos da legislação.

15.2. É prevista a rescisão, ainda, nos seguintes casos:

a) Supressão, por parte da CONTRATANTE, acarretando modificação além do limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado deste Contrato, estabelecido à época da celebração deste Instrumento, devidamente corrigido até a data da supressão, ressalvados os casos de concordância da CONTRATADA;

b) Suspensão de sua execução, por ordem escrita da CONTRATANTE, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, ou ainda, por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo, independentemente do pagamento obrigatório de indenização pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações e mobilizações e outras previstas, assegurado à CONTRATADA, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;

c) Ocorrendo atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pela CONTRATANTE, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurado à CONTRATADA o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obrigações até que seja normalizada a situação.

15.3. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do Processo Administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

15.4. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada pela autoridade competente.

15.5. Quando a rescisão ocorrer com base nas alíneas "k" e "l" do subitem 15.1.1., desta Cláusula e alíneas "a", "b" e "c" do subitem 15.2., sem que haja culpa da CONTRATADA, será esta ressarcida dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido.

15.6. A rescisão de que trata o subitem 15.1.1., exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, acarretará as seguintes consequências, sem prejuízo das sanções previstas em lei ou neste instrumento:

a) Retenção dos créditos decorrentes deste Contrato, até o limite dos prejuízos causados à CONTRATANTE;

b) Retenção dos créditos existentes em outros Contratos, porventura vigentes entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, até o limite dos prejuízos causados;

c) Retenção/execução da garantia contratual, para ressarcimento da CONTRATANTE dos valores das multas e indenizações a ela devidos.

15.7. Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista nas alíneas do subitem 15.6., a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em Agência indicada pela CONTRATANTE, sob pena de imediata aplicação das medidas judiciais cabíveis.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

16.1. Este Contrato poderá ser alterado, com as devidas justificativas, nos seguintes casos:

16.1.1. Unilateralmente, pela CONTRATANTE, quando:

a) Houver modificação do projeto ou das especificações, para melhor adequação técnica aos seus objetivos;

b) Necessária a modificação do valor contratual em decorrência de acréscimo ou diminuição quantitativa de seu objeto, nos limites previstos neste Contrato.

16.1.2. Por acordo entre as partes:

a) Quando necessária à modificação do modo e/ou do cronograma de fornecimento, em face de verificação técnica da inaplicabilidade dos termos contratuais originários;

b) Quando necessária à modificação da forma de pagamento, por imposição de circunstâncias supervenientes, mantido o valor inicial atualizado, vedada a antecipação do pagamento, com relação ao cronograma financeiro fixado, sem a correspondente contraprestação de serviço;

c) Para restabelecer a relação que as partes pactuaram inicialmente entre os encargos da CONTRATADA e a retribuição da CONTRATANTE para a justa remuneração do fornecimento, objetivando a manutenção do equilíbrio econômico-financeiro inicial do Contrato, na hipótese de sobrevirem fatos imprevisíveis ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis, retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou ainda em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe, configurando álea econômica extraordinária e extra-contratual;

d) Quando conveniente a substituição da garantia de execução contratual.

16.2. As alterações serão procedidas mediante os seguintes instrumentos:

16.2.1. APOSTILAMENTO: para as alterações que envolverem as seguintes situações:

a) As atualizações, compensações ou penalizações financeiras decorrentes das condições de pagamento aqui previstas;

b) O empenho de dotações orçamentárias suplementares, até o limite do seu valor corrigido;

c) Ajustes no cronograma de entrega ou na execução dos serviços, desde que não impactem nos encargos contratados e não afetem a isonomia do processo licitatório, situações estas, previamente, reconhecidas por autoridade competente da CONTRATANTE.

16.2.2 TERMO ADITIVO: alterações não abrangidas pelo apostilamento, que ensejarem modificações deste Contrato ou do seu valor.

16.3. Os Termos Aditivos ou as Apostilas farão parte deste Contrato, como se nele estivessem transcritos.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - ALTERAÇÃO SUBJETIVA

17.1. É admissível a continuidade do contrato administrativo quando houver fusão, cisão ou incorporação do Contratado com outra pessoa jurídica, desde que:

17.1.1. Sejam observados pela nova pessoa jurídica todos os requisitos de habilitação exigidos na licitação original;

17.1.2. Sejam mantidas as demais cláusulas e condições do contrato; e

17.1.3. Não haja prejuízo à execução do objeto pactuado e haja anuência expressa da Administração à continuidade do contrato.

17.2. A alteração subjetiva a que se refere este item deverá ser formalizada por termo aditivo ao contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DISPOSIÇÕES GERAIS

18.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que estejam de acordo como Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

18.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Estado - DOE, as suas expensas, na forma prevista no Art. 91, da Lei Federal nº 14.133/2021.

18.3. A omissão ou tolerância das partes - em exigir o estrito cumprimento das disposições deste Contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – FORO

19.1 As questões decorrentes da execução deste contrato, que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas pelo Foro da Comarca de Fortaleza do Estado do Ceará.

E, por estarem de acordo, foi mandado lavrar o presente Contrato, que está visado pela Assessoria Jurídica do CONTRATANTE, e do qual se extraíram 2 (duas) vias de igual teor e forma, para um só efeito, as quais, depois de lidas e achadas conforme, vão assinadas pelos representantes das partes e pelas testemunhas abaixo.

Fortaleza, XX de XXXXXXXX de 20XX.

NOME DO REPRESENTANTE
CONTRATANTE

NOME DO REPRESENTANTE
CONTRATADA

NOME DO REPRESENTANTE
CONTRATADA

NOME DO REPRESENTANTE
CONTRATADA

Testemunhas:

Nome: _____

RG: _____

CPF: _____

Nome: _____

RG: _____

CPF: _____

**ANEXO V - MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO
PARA HABILITAÇÃO**

DECLARAÇÃO

Agência _____, inscrita no CNPJ n.º _____, por intermédio de seu representante legal o (a) Sr. (a) _____, portador(a) da Cédula de Identidade RG n.º _____ e do CPF n.º _____, DECLARA sob as penas da Lei que até a presente data inexistem fato(s) impeditivo(s) para a sua habilitação, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Cidade/UF, ____ de _____ de 2025.

(Assinatura do representante da Licitante, com indicação do seu nome e cargo)

OBSERVAÇÃO: Caso o representante que estiver subscrevendo o presente documento não seja o sócio, gerente ou diretor, declarado no contrato social ou na ata de constituição, será necessário comprovar os poderes para assinatura.

**ANEXO VI - MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONHECIMENTO DO INSTRUMENTO
CONVOCATÓRIO**

DECLARAÇÃO

Agência _____, inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) _____, portador(a) da Cédula de Identidade RG nº _____

_____ e do CPF nº _____, DECLARA sob as penas da Lei o CONHECIMENTO DO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO: ter recebido todos os documentos e informações, conhecer e acatar as condições para o cumprimento das obrigações objeto da Licitação.

Cidade/UF, ____ de _____ de 2025.

(Assinatura do representante da Licitante, com indicação do seu nome e cargo)

OBSERVAÇÃO: Caso o representante que estiver subscrevendo o presente documento não seja o sócio, gerente ou diretor, declarado no contrato social ou na ata de constituição, será necessário comprovar os poderes para assinatura.

ANEXO VII - TERMO DE RECEBIMENTO DO INVOLÚCRO Nº 1

DECLARAÇÃO

Agência _____, inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) _____, portador(a) da Cédula de Identidade RG nº _____ e do CPF nº _____, **DECLARA** ter recebido o Invólucro Nº 1, fornecido pela Assembleia Legislativa do Estado do Ceará sem nenhuma identificação ou marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante.

Cidade/UF, ____ de _____ de 2025.

(Assinatura do representante da Licitante, com indicação do seu nome e cargo)

OBSERVAÇÃO: *Caso o representante que estiver subscrevendo o presente documento não seja o sócio, gerente ou diretor, declarado no contrato social ou na ata de constituição, será necessário comprovar os poderes para assinatura.*

APÊNDICE DO EDITAL

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR DA CONTRATAÇÃO

1. INFORMAÇÕES BÁSICAS

Número do processo: 04435/2025.

Origem do documento: Coordenadoria de Comunicação Social – CCS/ALECE

O presente estudo tem como objetivo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação para contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agências de publicidade, com vistas a melhor atender às necessidades de comunicação publicitária da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, cujo desenvolvimento e gestão é da responsabilidade da Coordenadoria de Comunicação Social – CCS, bem como fornecer informações necessárias para subsidiar o respectivo processo licitatório.

O objeto dessa licitação não é classificado como serviço comum, trata-se de serviços especiais e contínuos de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, nos termos da Lei nº 12.232/2010, e enquadrado nos incisos “XIV – bens e serviços especiais: aqueles que, por sua alta heterogeneidade ou complexidade, não podem ser descritos na forma do inciso XIII do caput deste artigo, exigida justificativa prévia do contratante” e “XV – serviços e fornecimentos contínuos: serviços contratados e compras realizadas pela Administração Pública para a manutenção da atividade administrativa, decorrentes de necessidades permanentes ou prolongadas” do artigo 6º da Lei Federal nº 14.133/2021.

2. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

A contratação de serviços publicitários prestados por intermédio de agências de propaganda está fundamentada no Estudo Técnico Preliminar constante dos autos do processo administrativo.

De acordo com o art. 37 da Constituição Federal, a Assembleia Legislativa do Estado do Ceará deve obedecer a diversos princípios, entre eles o da publicidade. E o § 1º do art. 37 estabelece que “*A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social ...*”.

Suas ações de comunicação publicitária devem ser desenvolvidas e executadas tendo em vista o alcance de objetivos como dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Federal; divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição; estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas; disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais.

A contratação objeto deste Estudo tem amparo legal nos seguintes dispositivos:

Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e

contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

Lei n. 14.133, de 1º de abril de 2021, que regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências;

Lei n. 4.680, de 18 de junho de 1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências;

Decreto n. 6.555, de 8 de setembro de 2008, que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências;

Decreto n. 57.690, de 1 de fevereiro de 1966, que aprova o Regulamento para a execução da Lei n. 4.680, de 18 de junho de 1965;

Decreto n. 3.722, de 9 de janeiro de 2001, que regulamenta o art. 34 da Lei n. 8.666, de 21 de junho de 1993, e dispõe sobre o Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF;

Normas-Padrão de Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas-Padrão - CENP, acessível por meio do link: <https://cenp.com.br/documento/normas-padrao-portugues>.

3 - PLANO DE CONTRATAÇÃO ANUAL

As contratações públicas são consideradas como instrumentos relevantes para a realização das políticas públicas. Nesse sentido, o alinhamento com o planejamento estratégico do órgão é vital tanto para que se mantenha o foco no alcance de resultados efetivos para a organização, quanto para a entrega de resultados à sociedade.

Essa visão consagra publicidade como um componente crucial da organização, uma vez que não há como cingir o alcance da missão institucional, a implementação de políticas públicas, o acesso à informação e a prestação de contas à sociedade sem uma publicidade de utilidade pública adequada e estruturada.

A presente contratação encontra-se demonstrada no Plano de Contratações Anual da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, devidamente aprovado pela autoridade competente e publicado.

4 – DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DE CONTRATAÇÃO

A comunicação é fundamental para o pleno cumprimento dos princípios democráticos e de publicidade e transparência nos órgãos públicos, vez que possibilita que a sociedade seja acessada, informada e, principalmente, incitada a participar dos processos decisórios no âmbito do Poder Legislativo, que impactam diretamente na vida de cada cidadão. Além disso, as transformações tecnológicas dos últimos anos têm provocado a comunicação para assumir novos papéis, cada vez mais protagonistas nos processos públicos – em especial no Poder Legislativo. Ou seja, ao invés de ser utilizada apenas para a divulgação de ações, na ponta final dos processos/projetos/debates, a comunicação tem se configurado como uma ferramenta meio: é utilizada para o desenvolvimento direto das ações, para o planejamento e para alavancar debates de interesse social e também para possibilitar maior participação popular no processo democrático.

A contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de **03 (três)**

agências de publicidade, com vistas a melhor atender às necessidades de comunicação da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, cujo desenvolvimento e gestão é da responsabilidade da Coordenadoria de Comunicação Social – CCS.

Uma agência de publicidade experiente pode construir uma identidade visual moderna e consistente para a ALECE, utilizando elementos gráficos e mensagens que transmitam os valores da instituição e a conectem com seu público. Essa identidade visual será aplicada em todos os materiais de comunicação da ALECE, desde peças publicitárias até o site institucional, reforçando o reconhecimento da marca e a percepção de profissionalismo da instituição.

A comunicação estratégica e transparente da ALECE, por meio de campanhas publicitárias bem elaboradas e direcionadas, pode gerar maior confiança da sociedade na atuação do Poder Legislativo. A agência de publicidade pode auxiliar na criação de campanhas que expliquem de forma clara e acessível os projetos de lei em andamento, as decisões tomadas pelos deputados e os resultados das ações da ALECE, promovendo um diálogo aberto e construtivo com a população.

A expertise de uma agência de publicidade permite a utilização de diferentes plataformas de comunicação, como mídias tradicionais (TV, rádio, jornal impresso), mídias digitais (redes sociais, site institucional, vídeos online) e mídias alternativas (outdoors, mobiliário urbano), para alcançar um público mais amplo e diversificado. A agência também pode segmentar as campanhas para públicos específicos, garantindo que as informações relevantes cheguem às pessoas que mais precisam delas.

Trata-se da contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agências de publicidade, conceituados conforme o art. 2º da Lei nº 12.232/2010 como:

O conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

A divulgação de atos, programas, obras e serviços públicos deve ser educativa, informativa ou direcionada para a orientação social, alinhando-se aos objetivos sociais e de interesse público.

É importante ressaltar que, entre as ferramentas de comunicação social, a publicidade absorve a maior parte dos recursos públicos. Isso se deve à aquisição de espaços em diversos meios de comunicação, possibilitando a disseminação de mensagens governamentais a todos os cidadãos, em diferentes setores sociais, e municípios do estado do Ceará.

Para desempenhar eficientemente esse papel, em conformidade com a legislação vigente, especialmente a Lei nº 12.232/2010, a CCS/ALECE precisa integrar as competências de suas equipes internas à experiência de agências de publicidade contratadas por meio de licitação. Essas agências possuem conhecimentos técnicos, profissionais qualificados e instrumentos necessários para fornecer as melhores soluções publicitárias às demandas de comunicação, contribuindo para alcançar os objetivos governamentais e otimizar os investimentos públicos em iniciativas de comunicação.

O presente Estudo Técnico Preliminar visa subsidiar a contratação em tela, com análise da sua viabilidade e levantamento dos elementos essenciais que melhor atenderão às necessidades da ALECE.

Dessa forma, a contratação de serviços de publicidade decorrerá da revogação do contrato nº 61/2021, que tem como objeto serviços de publicidade – Concorrência Pública – Edital de Licitação nº 49/2021 (Processo nº 01770/2021), com vistas a readequar as condições contratuais a serem estabelecidas com a nova realidade e necessidades desta Casa, para que seja viabilizada uma comunicação eficiente e complementar aos esforços empreendidos pela ALECE.

5 – REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Para atendimento adequado das necessidades da ALECE envolvidas na presente contratação, destacam-se os seguintes requisitos:

5.1. Identificação do Objeto

5.1.1. As ações e responsabilidades de comunicação social no âmbito da ALECE são tratadas e exercidas pela Coordenadoria de Comunicação Social, a quem compete, dentre outras, propor, coordenar, administrar e executar as atividades de publicidade e propaganda deste Poder.

5.1.2. Para cumprir com seus objetivos, a CCS visa contar com o apoio técnico de agências de propaganda, contratadas por meio de processo licitatório, para prestação de serviços de publicidade. Os serviços são conceituados, nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, como:

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, **com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.** (grifo nosso)

5.1.3. E de acordo com o §1º do art. 2º da referida Lei:

§ 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas 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, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

5.1.4. As pesquisas e avaliações, descritas no inciso I, possuem a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, sendo expressamente proibida a inclusão de conteúdo irrelevante ou não vinculado à temática da ação publicitária ou ao propósito do contrato.

5.1.5. Os serviços vinculados às inovações tecnológicas, descritos no inciso III, abrangem os formatos de divulgação publicitária não tradicionais, concebidos tanto por plataformas *on-line* como *off-line*, que visam potencializar os efeitos das mensagens e somente poderão ser

executados, no âmbito da contratação, quando estiverem diretamente relacionados à natureza do objeto do contrato.

5.1.6. Vale destacar que os serviços aderentes às novas tecnologias somente poderão ser executados como formas inovadoras quando estiverem diretamente relacionados às ações de publicidade desenvolvidas no âmbito da contratação e que eles não estão restritos aos veículos de comunicação e divulgação do meio internet, tendo em vista que as inovações e os formatos não tradicionais que visam potencializar os efeitos das mensagens podem ser concebidos tanto pelas plataformas on-line (redes sociais, mecanismos de busca na internet, etc.), como pelas plataformas off-line (revistas, jornais, etc.).

5.1.7. Portanto, resta claro que a natureza da mensagem em uma campanha de publicidade possui o objetivo de **informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e /ou coletivos, enquanto a natureza da mensagem na comunicação digital é voltada para interação, acesso e troca de informações.**

5.1.8. O intuito é o de promover **a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral. A publicidade de utilidade pública possui a característica de informar o público-alvo específico, que pode ser diretamente atingido ou afetado por uma determinada política pública.**

5.2. Das agências

5.2.1. Os serviços que se pretende com esta contratação, conforme descritos na cláusula 5.1 desse ETP, não caracterizam duplicidade nem se sobrepõem aos serviços previstos nos demais contratos sob responsabilidade da Coordenadoria de Comunicação Social. Os serviços previstos não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos de qualquer natureza.

5.2.2. A contratação dos serviços tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral. Os serviços constantes do Edital serão realizados e executados sempre sob a supervisão, coordenação e orientação da Coordenadoria de Comunicação Social da ALECE.

5.2.3. Para a prestação dos serviços serão contratadas 03 (três) agências de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010. As agências atuarão por ordem e conta da ALECE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias. As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços previstos no Edital.

5.2.4. A contratação de 03 (três) agências seguirá o disposto na Lei nº 12.232/2010, artigo 2º, parágrafo 3º, que autoriza a adjudicação do objeto do contrato a mais de uma licitante, sem a separação de itens ou de contas publicitárias.

5.2.5. Além disso, importante frisar que a definição pela contratação de mais de uma agência de propaganda considera o volume e a diversidade de ações publicitárias a

serem demandadas às contratadas pelos órgãos tendo em vista o fator verba de referência para campanhas.

5.2.6. Esse quantitativo possibilita a competitividade entre as contratadas e a pluralidade de propostas criativas a serem analisadas pela ALECE nos processos de Seleção Interna de Agência, no decorrer da execução contratual, conforme previsto no §4º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

5.2.7. Entende-se, ainda, que a contratação de 03 (três) agências de propaganda possibilitará a manutenção da tempestividade da atuação publicitária, ao tempo em que ainda permitirá a execução simultânea e compartilhada de campanhas, maior flexibilidade na gestão de demandas, bem como perenidade da prestação dos serviços.

5.2.8. O contrato deverá deixar explícito que as peças criadas pelas agências, no âmbito da execução contratual, poderão ser veiculadas, sem ônus, diretamente pela ALECE.

5.2.9. Somente poderá participar da concorrência a agência de propaganda que atender a todas as condições do Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

5.2.10. Não poderá participar da concorrência a agência de propaganda:

- a. que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a ALECE;
- b. cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c. que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
- d. estrangeira que não funcione no País;
- e. cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a ALECE;
- f. que estejam reunidas em consórcio;
- g. que atuem sem fins lucrativos.

5.2.11. Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - do Plenário, do Tribunal de Contas da União - TCU.

5.2.12. Nenhuma licitante poderá participar da concorrência com mais de uma Proposta. A participação na concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Contratação as informações necessárias ao cumprimento da concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes do Edital; e 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.

5.2.13. A licitante deverá assumir todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos na concorrência, não sendo a ALECE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

5.3. Da natureza continuada dos serviços de publicidade a serem contratados:

5.3.1. Serviços prestados de forma continuada são aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade pública de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional.

5.3.2. Considerando o histórico das necessidades de comunicação publicitária da ALECE, a interrupção dos serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de publicidade, pode comprometer à execução de um dos serviços mais importantes prestados à sociedade, em observância ao princípio da Publicidade disposto no §1º do art. 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever da Administração de divulgar os atos praticados.

5.3.3. É por meio das agências de publicidade contratadas que a ALECE obtém os serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão das agências, bem como realiza a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

5.3.4. Assim, a interrupção dos serviços de publicidade prestados por intermédio das agências de publicidade deixaria a ALECE impedida, temporariamente, de exercer sua missão institucional. Como consequência, a capacidade de atuação da Coordenadoria de Comunicação Social ficaria reduzida, possibilitando perdas com relação ao valor agregado das informações, à influência e interlocução do órgão com seu público de interesse e às respostas aos veículos noticiosos que difundem a visão do governo.

5.3.5. Dessa forma, entende-se que os serviços em tela possuem natureza continuada, uma vez que estão voltados para o funcionamento das rotinas de comunicação social, sendo necessários a ALECE para o desempenho de suas atribuições, que, conforme já exposto, estão alinhados aos objetivos do órgão. Por esta razão, a interrupção desses serviços pode comprometer a continuidade e desempenho das atividades finalísticas deste Poder, em especial no que tange à prestação de informações à população. Assim, evitando o dispêndio de tempo e recurso humano empregado na instrução processual de nova contratação, quando do fim da vigência do contrato ora pretendido, resta configurada a necessidade de que a contratação se estenda por mais de um exercício financeiro.

5.3.6. Os serviços de comunicação são imprescindíveis para o atendimento e prestação de informações à mídia e consequentemente à população, visando ao cumprimento da publicidade, transparência e accountability (prestação de contas) pela ALECE.

5.3.7. Considerando, ainda, a relevância das ações de publicidade no posicionamento institucional do Assembleia Legislativa junto à sociedade, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente manter a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos, por iguais e sucessivos períodos, 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, de acordo com o art. 107, da Lei nº 14.133/2021.

5.4. – Subcontratação

5.4.1. Não será admitida a subcontratação de agência de publicidade e propaganda, para execução dos serviços objeto deste contrato, tais como planejamento, estudo, criação e concepção.

5.5. Sustentabilidade

5.5.1. A contratada deverá adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, como a utilização de produtos sustentáveis ou de menor impacto ambiental em relação aos seus similares, bem como que os bens fornecidos devam ser, preferencialmente, acondicionados em embalagem individual adequada, com o menor volume possível, que utilize materiais recicláveis, de forma a garantir a máxima proteção durante o transporte e o armazenamento, quando couber.

5.6 - Modalidade e tipo de licitação:

5.6.1. Diferente de outros tipos de contratação, os serviços ou contratos de publicidade possuem natureza essencialmente criativa e estratégica, principalmente no contexto da publicidade institucional promovida pelo Poder Público.

5.6.2. Por esse motivo, as licitações de publicidade não podem considerar, para o julgamento das propostas técnicas das licitantes, apenas fatores objetivos, pois, do contrário, não seria possível encontrar a proposta técnica qualitativamente mais vantajosa para ALECE.

5.6.3. Por mais que preços e prazos sejam importantes, licitações para contratação de serviços de publicidade precisam pontuar a capacidade das agências de criar e executar campanhas que envolvam imaginação, originalidade e sensibilidade, e que, portanto, demonstrem que a empresa licitante tenha a capacidade de transmitir maneira eficaz a mensagem pretendida pela ALECE.

5.6.4. Neste sentido, por ser condizente com o interesse público que se busque a contratação de agências cujo trabalho exala qualidade técnica, a Lei nº 12.232/2010 prevê que a Subcomissão Técnica será composta por profissionais com formação em comunicação, publicidade ou *marketing* ou que, apesar de formados em outro campo, atuem e possuam experiência comprovada em uma dessas áreas.

5.6.5. Pelo mesmo motivo, ou seja, também em decorrência da importância de se assegurar que as agências contratadas tenham as habilidades técnicas necessárias para o atendimento do contrato, enquanto a Lei nº 14.133/2022 prevê critérios de seleção guiados exclusivamente pela rentabilidade financeira do contrato, as contratações regidas pela Lei nº 12.232/10 priorizam o elemento “técnica”. Consequentemente, serviços de publicidade não podem ser contratados por “menor preço” ou “maior retorno econômico”, mas apenas “melhor técnica” ou “técnica e preço”, conforme o art. 5º da Lei nº 12.232/2010.

5.6.7. Diante do exposto, com base no inciso II, artigo 28 da Lei nº 14.133/2024, será adotada na presente contratação a modalidade Concorrência, considerando exclusivamente as propostas técnicas apresentadas pelos licitantes, que são exclusivamente para serviços de natureza predominantemente intelectual, como é o presente caso, ao tempo em que o art. 5º da Lei nº 12.232/2010.

5.6.8. Dentre as opções previstas em lei, entende-se pertinente adotar a “melhor técnica”, considerando que esta corresponde aos anseios da CCS, ao possibilitar a contratação da

empresa com a melhor qualificação técnica, dentre as licitantes concorrentes, e a prática do menor preço na execução contratual, identificado e negociado com as empresas tecnicamente classificadas.

5.6.9. Conforme estabelecido pela Lei 12.232/2010, julgamento das propostas em licitações para os serviços de publicidade será conduzido com base nos critérios de melhor técnica ou técnica e preço, de acordo com o disposto no art. 5º. A escolha entre esses critérios é uma prerrogativa discricionária do órgão ou entidade contratante. No entanto, é imperativo que tal escolha seja devidamente fundamentada, levando em consideração as características distintas de cada critério.

5.6.10. Verificou-se que a diferença básica entre os tipos se concentra na fase da negociação de preços. Apesar de ambos buscarem o menor preço, no tipo melhor técnica, após a classificação das empresas pela técnica apresentada no certame, a Comissão de Contratação convoca as empresas para que digam se aceitam exercer o menor preço ofertado no processo pelas empresas classificadas. Já no tipo Técnica e Preço é feita uma ponderação entre a nota e o preço apresentado pelas empresas (na proporção 70% nota /30% preço, por exemplo, a depender da justificativa do órgão).

5.6.11. Primando pela economicidade e vantajosidade para o Órgão, essa equipe de planejamento entende que o tipo melhor técnica é, ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação a escolha mais adequada para a contratação da ALECE é a melhor técnica, entre as licitantes concorrentes, e a prática do menor preço na execução contratual, identificado e negociado entre as propostas das empresas tecnicamente classificadas. Dessa forma, a presente contratação apresenta enquadramento para adoção da “melhor técnica”, na medida em que está vinculada a uma atuação publicitária abrangente, dados os públicos-alvo das ações a serem desenvolvidas, as praças a serem atingidas e os diversos meios de comunicação a serem utilizados. Sendo assim, a qualificação técnica é requisito essencial e soberano na identificação da proposta mais vantajosa para a administração.

5.6.12. Dadas as características da atuação publicitária da ALECE, adotar o tipo “técnica e preço” para a execução contratual não seria adequado, pois poderia resultar na contratação de agência de propaganda com nível básico de qualificação, sem condições técnicas de atender de forma satisfatória às demandas de comunicação do órgão e aos anseios da Administração, o que caracterizaria o uso inadequado de investimentos públicos.

5.6.13. O critério melhor técnica, por concentrar sua pontuação na capacidade de entendimento das proponentes, permite ao avaliador observar o melhor grau de entendimento e compreensão dos temas debatidos propostos, sem deixar de lado a economicidade necessária à administração pública, pois, em que pese a pontuação ser pautada apenas na proposta técnica, a administração pública tem o poder discricionário de delimitar limites mínimos de descontos para definição de preço.

5.6.14. Adicionalmente, dadas as características da atuação publicitária da CCS, a execução contratual não seria adequada por meio de agências de propaganda com nível básico de qualificação, por não terem condições técnicas de atenderem de forma satisfatória às demandas de comunicação da ALECE e aos anseios da Administração, o que caracterizaria o uso inadequado de investimentos públicos.

5.6.15. Dentre as opções previstas em lei, entende-se pertinente adotar a “melhor técnica”, considerando que esta corresponde aos anseios da ALECE, ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação técnica, dentre as licitantes concorrentes.

5.6.16. Assim, a presente contratação apresenta enquadramento com os critérios para adoção da “melhor técnica”, na medida em que está vinculada a uma atuação publicitária

abrangente, dados os tipos de ações a serem desenvolvidas pela ALECE (de mídia e não mídia), os diversos meios de comunicação a serem utilizados (off-line e on-line), os públicos-alvo a serem atingidos (toda população estadual e públicos específicos), o perfil geográfico das ações a serem desenvolvidas (todo território estadual) bem como a sazonalidade permanente das ações de publicidade do órgão.

5.6.17. Além disso, com base nas características acima descritas, o nível de qualificação técnica das agências de publicidade a serem contratadas configura um requisito essencial para obtenção da adequada execução contratual, bem como para atingir os objetivos de comunicação do ALECE e rentabilização dos investimentos com comunicação.

5.7. Das empresas a serem contratadas:

5.7.1. Nos termos dos artigos 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de publicidade, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e, de acordo com o §1º do art. 4º, o certificado de qualificação técnica de funcionamento poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

5.7.2. A presente contratação também observará as determinações e os ritos dispostos na Lei nº 12.232/2010 para a contratação de mais de uma agência de publicidade, observada a permissão do §3º do artigo 2º, que autoriza a adjudicação do objeto do contrato a mais de uma concorrente, sem a segregação de itens ou de contas publicitárias.

5.7.3. A definição pela contratação de mais de uma agência de publicidade considera o volume e a diversidade de ações publicitárias que são demandadas às contratadas pela Coordenadoria de Comunicação Social, com os recursos destinados para esse fim. Passou-se a absorver novas competências institucionais, além das anteriores, houve um aumento significativo das necessidades de comunicação publicitária a serem atendidas, entende-se que a continuação da contratação de **03 (três)** agências de publicidade, como os contratos vigentes e anteriores, correspondem de forma satisfatória e adequada ao novo volume de demandas a serem desenvolvidas por esta Coordenadoria.

5.8. Participação de empresas reunidas em consórcios:

5.8.1. Para a presente licitação, não é prevista a permissão da participação de empresas reunidas em consórcio.

5.8.2. Isso porque a participação de consórcios em certames licitatórios vai ao encontro da finalidade da licitação que é a obtenção da melhor relação custo-benefício para atender à necessidade da Administração.

5.8.3. Os consórcios, geralmente, constituem instrumentos de ampliação da competitividade, na medida em que possibilitam as empresas que os integram somar capacidades técnica, econômico-financeira e know-how para participar de procedimento licitatório em que, individualmente, não teriam condições.

5.8.4. Contudo, embora não prescinda de características de cunho intelectual e complexo, é pacífico que a prestação de serviços de publicidade é de pleno e amplo conhecimento das empresas do ramo, havendo numerosa gama de empresas que possuem capacidade de atendimento às necessidades deste Poder, com expertises compatíveis com a expectativa

dos serviços a serem contratados. Sendo assim, a participação de consórcio, no presente caso, não garante a ampliação da disputa competitiva, mas ao contrário, pode cerceá-la, pois as empresas não poderiam participar simultaneamente de forma individual e consorciada e, portanto, não poderiam concorrer entre si.

5.8.5. Somado a isso, acrescenta-se o fato de que o consórcio entre diversas empresas pode prejudicar a estratégia de publicidade da ALECE, tendo em vista as possíveis divergências de posicionamento de cada uma na execução de um mesmo serviço.

5.9. Contratação de microempresas e empresas de pequeno porte

5.9.1. Para a presente contratação é inviável a participação de ME ou EPP, tendo em vista que a contratação possui valor estimado muito superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, incidindo a regra do art. 4º, §1º, I, Lei 14.133/2021.

5.10. Participação de cooperativas

5.10.1. Dada a significativa complexidade dos serviços de publicidade e propaganda e seguindo a mesma linha de contratações vigentes e anteriores na Administração Pública a presente contratação não deve permitir a participação no certame de organizações cooperativas, ou seja, empresas sem fins lucrativos.

5.11. Da habilitação das licitantes:

5.11.1. Para participarem no presente certame, a exemplo das contratações vigentes e anteriores, as agências licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria.

5.12. Da garantia contratual:

5.12.1. Com a apresentação da garantia, comprova-se, em certa medida, o interesse das licitantes em levarem o contrato até o fim, caso sejam vencedoras do certame. Isso porque é sabido que a participação em processos licitatórios envolve riscos e investimento por parte das empresas, ainda que não sejam exigidos custos desnecessários dos participantes anteriormente à celebração dos contratos.

5.12.2. Dessa forma, espera-se que a exigência de garantias atraia empresas sérias e comprometidas com o cumprimento dos contratos e evitem a concorrência dessas com licitantes que não teriam como levar o contrato até o fim. Ou seja, a exigência de garantias contratuais é uma segurança, não somente para órgãos públicos, mas também para os concorrentes nos processos licitatórios.

5.12.3. Conforme disposto no art. 98, da Lei nº 14.133, de 2021, temos que o percentual da garantia não poderá exceder a 5% do valor inicial do contrato, autorizada a majoração desse percentual para até 10% (dez por cento), desde que justificada mediante análise da complexidade técnica e dos riscos envolvidos.

5.12.4. Sendo assim, entende-se que o valor da garantia deverá ser de 5% (cinco por cento) do valor inicial do contrato, seguindo o texto legal.

5.13. Da especificação dos produtos e serviços a serem prestados:

5.13.1. A presente contratação não envolve a especificação prévia dos produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, tendo em vista que, de acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar as exigências do art. 25 da Lei nº 14.133/2021.

5.13.2. No que tange à ausência de obrigatoriedade de elaboração do projeto básico, tal dispensa não significa, em absoluto, a imprescindibilidade da descrição precisa, clara e objetiva do objeto licitado, porquanto a teor do inciso II do art. 6º, os licitantes devem elaborar as propostas de acordo com as descrições detalhadas estabelecidas no briefing.

5.13.3. Sobre o tema, Marçal Justen Filho diz em seu livro “Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração - Lei nº 12.232/2010”, Ed. Fórum, pág.245, que:

“A ausência de previsão na Lei nº 12.232 sobre a elaboração de projeto básico e de orçamento detalhado não é casual. Tal como exposto, as peculiaridades do contrato de serviços de publicidade impedem a predeterminação precisa e exata das atividades e despesas a serem realizadas.

Uma parcela significativa das atividades e despesas correspondentes não comporta predeterminação em momento anterior à instauração da Licitação. Somente por ocasião da execução do contrato é que a campanha publicitária será concebida. Anote-se que as ofertas apresentadas na licitação não se referem à execução de um 'projeto básico', nem se referem a custos previstos em 'orçamento detalhado'.”

5.13.4. Assim, em substituição ao projeto básico com as especificações técnicas dos produtos e serviços que serão executados, o edital de licitação para contratação de serviços de publicidade deverá disponibilizar um *Briefing* para subsidiar o desenvolvimento da Proposta Técnica pelas licitantes, conforme disposto no inciso II do art. 6º da lei nº 12.232/2010, e, conseqüentemente, possibilitar a avaliação da capacidade técnica das licitantes.

5.13.5. O briefing é o documento no qual são registradas, de forma clara, precisa e objetiva, as informações necessárias e suficientes para subsidiar a elaboração de proposta técnica em um processo licitatório ou a proposição de ação durante a execução do contrato

5.14. Da Proposta Técnica:

5.14.1. No âmbito de uma licitação do tipo "melhor técnica", como é o caso da presente contratação de serviços de publicidade, as Propostas Técnicas a serem apresentadas pelas licitantes constituem o elemento primordial do procedimento de seleção, na medida em que é por meio delas que as agências de publicidade comprovarão a sua qualificação e expertise para atendimento das necessidades de comunicação da ALECE.

5.14.2. Dessa forma, a Proposta Técnica contempla uma série de quesitos e subquesitos a serem julgados, os quais, juntos, possibilitam a avaliação da capacidade técnica das licitantes, conforme disposto a saber:

Quesitos/Subquesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária		65
Raciocínio Básico	10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	20	
Ideia Criativa	25	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO CEARÁ
COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE
PUBLICIDADE - CECSP
PROCESSO N.º 04435/2025
EDITAL DE LICITAÇÃO N.º 70/2025
MODALIDADE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL

Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação máxima total	100

5.14.3. De acordo com o inciso IX do art. 6º da Lei nº 12.232/2010 o formato para apresentação pelas licitantes do Plano de Comunicação Publicitária deve ser padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, visando assegurar a inviolabilidade da autoria do quesito mais importante da Proposta Técnica.

5.14.4. Ao estabelecer o julgamento de Planos de Comunicação Publicitária, o inciso IV do art. 6º da Lei 12.232/2010, agregou maior lisura aos processos de contratação de serviços de publicidade, pelos órgãos, na medida em que a reputação que a licitante dispõe no mercado não irá influenciar a Subcomissão Técnica, de forma positiva ou negativa, no julgamento de sua proposta de Plano de Comunicação Publicitária.

5.14.5. E para promover maior objetividade ao julgamento das Propostas Técnicas e fornecer condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle, e pelas empresas concorrentes do certame, a metodologia de julgamento também determina a elaboração de justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, se adequando com as regras da Lei nº 14.133/2024 e dos incisos IV e VI do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

5.14.5. Conforme demonstra a tabela acima disposta, a presente contratação estabelecerá a pontuação máxima do quesito Plano de Comunicação Publicitária em 65 (sessenta e cinco) pontos, cabendo pontuações mais elevadas para os subquesitos Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, por abarcarem as informações mais relevantes do referido Plano. Para os outros três quesitos que compõem a Proposta Técnica, destaca-se a pontuação da Capacidade de Atendimento, que junto com os subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária, constituem os quatro pilares mais importantes do julgamento das Propostas Técnicas em licitações da espécie.

5.14.6. Com respaldo no inciso X do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, a presente contratação estabelecerá que as peças constantes dos quesitos Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação devam ter sido implementadas num **prazo de ate 5 (cinco) anos**. Tal exigência busca proporcionar condições isonômicas às agências concorrentes, apoiar o julgamento da Subcomissão Técnica e evitar que as agências apresentem trabalhos muito antigos que não correspondam às suas competências técnicas atuais.

5.15. Da Proposta de Preços:

5.15.1. Para a Proposta de Preços deverão ser observadas as práticas de mercado, conforme estabelece o inciso V do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, bem como as condições diferenciadas de remuneração para a Administração Pública, estabelecidas pelo Decreto nº 4.563/2002 e pelo Conselho Executivo das Normas - Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

IV - ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de publicidade na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingir os objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

Dessa forma, de acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar as exigências do art. 25 da Lei nº 14.133/2024 não sendo, porém, exigido um orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários, pela impossibilidade de que seja estimado previamente um quantitativo de produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, que dependem diretamente de cada solução publicitária aprovada.

O Planejamento Estratégico de Comunicação elaborado pela ALECE anualmente também não seria capaz de fornecer subsídios para um levantamento prévio dos quantitativos estimados dos produtos e serviços a serem executados, na medida em que esses dependem das linhas criativas e das estratégias de comunicação a serem propostas pelas contratadas, no âmbito do desenvolvimento de cada campanha, lembrando, ainda que a publicidade também é uma ferramenta utilizada pela ALECE para apoiar a superação dos desafios de comunicação enfrentados diariamente, os quais estão sujeitos às imprevisibilidades do cenário político, econômico e social.

Destaca-se que as contratações de serviços de publicidade envolvem basicamente a expertise das agências na proposição das melhores soluções de comunicação para cada demanda apresentada no decorrer da execução contratual, não tendo o contratante conhecimento prévio de qual solução será desenvolvida e, consequentemente, quais serão as especificidades e quantidades dos serviços envolvidos.

V - DA JUSTIFICATIVA DA REALIZAÇÃO DA LICITAÇÃO NA FORMA PRESENCIAL:

De acordo com o §2º do art. 17 da Lei de Licitações nº 14.133/2021, as licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada.

Visando atender a necessidade deste Poder, a contratação deverá ser realizada necessariamente por meio de licitação para empresas especializadas na prestação de serviços de publicidade, através de Licitação na Modalidade Concorrência Presencial do tipo MELHOR TÉCNICA.

A definição da Concorrência Presencial se dá em razão de a proposta técnica terá um envelope apócrifo que será avaliado pela subcomissão técnica, e o encaminhamento via eletrônica poderia levar a identificação prévia da proposta, contrariando assim a Lei 12.232/2010 que estabelece que parte da proposta técnica (envelope apócrifo) deve ser julgada sem conhecimento prévio da autoria.

No presente caso justifica-se a realização de forma presencial em razão da complexidade do presente objeto e procedimento, bem como em virtude de que a ALECE não possui nenhum software ou plataforma para assegurar a ausência de metadados nos arquivos apócrifos da proposta, que possam identificar os licitantes.

Outrossim, a forma presencial é o meio mais célere para a realização do presente procedimento, facilitando a possibilidade de esclarecimentos imediatos, negociação de preços

e verificação das condições de habilitação e execução da proposta em atos contínuos, sem prejuízo da competição de preços ou da lisura do certame.

Igualmente, a fim de propiciar a segurança das informações e dos dados a serem recebidos, dos quais não podem ser conhecidos antes da data aprazada para abertura dos envelopes, bem como, a fim de evitar irregularidades de vazamento de dados, a forma presencial é medida que se impõe.

Assim, diante da complexidade da licitação, peculiaridades, do custo do objeto, relevância da contratação e exigências de segurança da informação que inviabilizam o uso da forma eletrônica e diante da celeridade, sem prejudicar a escolha da proposta mais vantajosa, eis que a Concorrência de forma presencial se configura como forma mais célere e vantajosa em detrimento às outras formas elencadas na Lei 14.133/2021.

VI - LEVANTAMENTO DE MERCADO

O objeto de contrato de serviços de publicidade está disciplinado pela Lei nº 12.232/2010 e encontra-se claramente definido no seu art. 2º. A solução a ser contratada atende plenamente às necessidades da ALECE.

Vale informar que a contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de publicidade, nos termos da Lei nº 12.232/2010, tem sido iniciativa comum por parte dos órgãos e entidades anunciantes, tanto da Administração Pública indireta como direta em todas as esferas.

Os critérios gerais que nortearam a elaboração dos custos das Agências de Publicidade seguem rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo de Normas-Padrão, bem como a Legislação da Indústria da Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e o Decreto nº 57.690/ 1966.

A Tabela Referencial de Custos de Serviços Internos é elaborada pela Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, no uso de sua competência legal. A produção desta tabela ocorre após um trabalho de pesquisa, consultando as Agências Cearenses e analisando a estrutura das Tabelas Referenciais de outros sindicatos e associações relacionadas à área da comunicação.

Os valores contemplados nesta Lista, são referenciais e a FENAPRO recomenda que sejam observados pelas Agências de Propaganda do Estado do Ceará, tanto na prestação de serviços publicitários a clientes de iniciativa privada, como na prestação de serviços à Administração Pública, com relação à última citada, no que não forem contrários ao que dispõe o art. 2º, §2º, da Lei n.º 12.232/2010.

VII - ESTIMATIVA DO PREÇO DA CONTRATAÇÃO

Em se tratando da prestação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, a órgãos e entidades (anunciantes) do Poder Legislativo Estadual os procedimentos licitatórios (no tocante à fixação de percentuais máximos que a Administração se propõe a pagar) e a prorrogação de contratos (no que se refere à busca de percentuais mais vantajosos) são instruídos com base em, cujo procedimento está previsto na Lei nº 14.133/2021 (art. 17, IV), na pesquisa de preços conforme a Instrução Normativa SEGES/ME nº 65/2021, e no art. 32, parágrafo único, da IN nº 01, de 19 de Junho de 2023.

**ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO CEARÁ
COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE
PUBLICIDADE - CECSP
PROCESSO N.º 04435/2025
EDITAL DE LICITAÇÃO N.º 70/2025
MODALIDADE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL**

Extrai-se do enunciado constante do inciso II do art. 5º da Instrução Normativa SGE/ME nº 65/2021, que a pesquisa de preços será realizada mediante a utilização, por exemplo, de contratações similares de outros entes públicos, como é o caso dos órgãos e entidades anunciantes do Governo Estadual que mantêm contrato com agências de propaganda.

Conforme jurisprudência do Tribunal de Contas da União (TCU), publicada no Informativo de Licitações e Contratos nº 297/2016 (item 3), a Corte de Contas entende que **“Os sistemas oficiais de referência da Administração Pública refletem, em boa medida, os preços de mercado e, por gozarem de presunção de veracidade, devem ter precedência em relação à utilização de cotações feitas diretamente com empresas do mercado.”**

Não existe um sistema oficial de referência de preços de mercado praticados pelas administrações públicas do Estado do Ceará. A fixação do valor orçamentário será realizada utilizando como parâmetros os valores praticados por outros entes públicos brasileiros, a saber:

Contratante	Edital	Modalidade	Tipo	Valor
Governo do Estado do Ceará	Edital nº 20240001- Casa Civil	Concorrência	Melhor Técnica	R\$ 100.000.000,00
Governo do Estado de Pernambuco	Edital nº 1360.2024..0001. SECOM	Concorrência	Técnica e Preço	R\$ 120.000,00
Governo do Distrito Federal	Edital nº 001/2019	Concorrência	Melhor Técnica	R\$ 79.847.000,00
Prefeitura Municipal de Fortaleza	Edital nº 003/2023	Concorrência	Melhor Técnica	R\$ 80.000.000,00
Assembleia Legislativa do Estado do Maranhão	Edital nº 001/2024	Concorrência	Melhor Técnica	R\$ 27.000.000,00
Assembleia Legislativa do Estado da Bahia	Edital nº 066/2021	Concorrência	Melhor Técnica	R\$ 20.000.000,00
Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia	Edital nº 001/2024	Concorrência	Melhor Técnica	R\$ 26.134.000,00
Assembleia Legislativa do Estado do Tocantins	Edital nº 002/2023	Concorrência	Melhor Técnica	R\$ 17.000.000,00
Assembleia Legislativa do Estado do Ceará	Edital nº 049/2021	Concorrência	Melhor Técnica	R\$ 12.000.000,00
Detran-CE	Edital N.º 20240003	Concorrência	Melhor Técnica	R\$ 33.358.000,00
Assembleia Legislativa do Estado do Paraná	Edital nº 002/2024	Concorrência	Melhor Técnica	R\$ 38.800.000,00

A presente contratação não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual. Para o fornecimento de bens e serviços especializados é necessária a apresentação pelas agências contratadas de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei 12.232/2010. E na contratação de tempos e espaços junto a veículos de comunicação e divulgação, para distribuição das peças publicitárias de uma campanha, são praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados com a ALECE, conforme disposto no art. 15 da mesma lei.

Assim, nas contratações de serviços de publicidade, para estabelecimento do valor global a ser estimado no âmbito do certame, devem ser consideradas as necessidades de comunicação a serem atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangência das demandas potenciais.

Dessa forma, com vistas a identificar o valor adequado para a presente contratação, faz-se necessário considerar tanto o histórico dos valores aplicados pela ALECE nas contratações vigentes e anteriores, como identificar um valor capaz de atender, de forma satisfatória, as novas necessidades de comunicação, advindas das atribuições absorvidas, na medida em que foram preservadas as competências institucionais da ALECE.

Por outro lado, também é necessário considerar o aumento significativo com as ações supervenientes que devem ser atendidas nesta Casa Legislativa, de forma imediata e assertiva, em face do seu impacto e relevância para a sociedade, no qual ALECE se viu sem margem suficiente nos contratos vigentes para sua execução, em face do contingenciamento dos investimentos publicitários ocorrido, tendo que recorrer ao pagamento por indenização, para operacionalização dessas ações no âmbito de seus contratos.

Importante, ainda, informar que a presente contratação decorrerá da revogação do contrato nº 61/2021, que tem como objeto serviços de publicidade – Concorrência Pública – Edital de Licitação nº 49/2021 (Processo nº 01770/2021), em face das mudanças estruturais acima mencionadas, com vistas a readequar as condições contratuais e financeiras a serem estabelecidas à nova realidade.

O certame anterior envolvia um valor global estimado de R\$ 12.000.000,00 (doze milhões de reais), sendo o valor NÃO condizente com às necessidades da ALECE, com vistas a apoiar a ALECE no desenvolvimento das ações publicitárias demandadas.

No entanto, não basta considerar apenas as necessidades de divulgação desta Casa Legislativa, mas também estabelecer uma margem contratual capaz de atender às demandas de comunicação a serem executadas por meio do aumento no valor da contratação. Diante do exposto, entende-se que o valor complementar de R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais), apresenta-se adequado para atendimento das novas necessidades a serem atendidas pela ALECE.

Dessa forma, considerando o valor complementar de R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais) e o valor atual dos contratos de R\$ 12.000.000 (doze milhões de reais), previstos no âmbito da revogação do contrato nº 61/2021, que tem como objeto serviços de publicidade – Concorrência Pública – Edital de Licitação nº 49/2021 (Processo nº 01770/2021), entende-se pertinente estimar para a presente contratação o valor global de R\$ 18.000.000,00 (dezoito milhões de reais), os quais apresentam-se razoáveis com as necessidades atuais a serem atendidas pela Casa, no decorrer da execução contratual.

VIII - DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Dentre as possíveis soluções o que melhor atende a ALECE, no caso dos serviços pretendidos e do vulto da licitação, a contratação de 3 (três) agências é o ideal para execução, a quantidade de agências a serem contratadas possibilita a competitividade e a pluralidade de propostas criativas a serem analisadas pela CCS, nos procedimentos de seleção interna entre as contratadas realizados no decorrer da execução contratual, conforme previsão constante do §4º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, sem onerar as equipes internas responsáveis pela condução das demandas.

Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto de um contrato de serviços de publicidade envolve:

O conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

- - ao planejamento e à execução de pesquisas 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, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei.
- - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

De acordo com o §2º do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

A contratação dos serviços tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

Uma vez que se trata de serviço especializado, em que é necessária expertise em todos os processos concernente à concepção, execução e veiculação de uma campanha publicitária, e tendo em vista que sua contratação é disciplinada por lei, a escolha do procedimento licitatório apresenta-se como melhor alternativa para o problema apresentado.

Cabe salientar que as agências de propaganda também se tornam responsáveis por obter as melhores condições de negociação comerciais junto a fornecedores de bens e serviços, além dos veículos de divulgação, devendo transferir à contratante todas as vantagens obtidas. Dessa forma, a solução também é economicamente vantajosa para o órgão.

Deste modo, pode-se afirmar que a contratação será operacionalizada nos moldes estabelecidos pelos padrões da PGE - CE, incluindo as atualizações resultantes do mais recente modelo de Edital da PGE - CE.

IX - JUSTIFICATIVA PARA PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

O parcelamento do serviço objeto deste edital não se mostra tecnicamente viável, uma vez que é mais satisfatória do ponto de vista da eficiência técnica, por manter a qualidade do

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO CEARÁ
COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE
PUBLICIDADE - CECSP
PROCESSO N.º 04435/2025
EDITAL DE LICITAÇÃO N.º 70/2025
MODALIDADE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL

serviço, uma vez que planejamento e execução permanecem a cargo do mesmo fornecedor. Visa-se também a garantia da unidade no trabalho de comunicação desenvolvido, pois os serviços listados são complementares na realização do serviço de comunicação integrada, não sendo assim objetos divisíveis, de naturezas distintas, que justifiquem uma separação por lotes com vistas à ampliação da competitividade.

A perspectiva de administrar diversos contratos por um único funcionário para serviços que são complementares entre si, implicará em prejuízo. É prática regular do mercado a prestação dos serviços desta licitação de forma simultânea. A divisão do objeto não implicará em ampliação da competitividade, uma vez que as mesmas empresas participarão da concorrência.

Conforme previsto no §3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, na contratação de serviços de publicidade o objeto da licitação pode ser adjudicado a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias.

A decisão de não fragmentar a execução da publicidade da ALECE entre as agências a serem contratadas, por temática ou mesmo pela origem da demanda, considera os benefícios decorrentes para a Administração, na medida em que a não segregação estimula a competitividade entre as agências de propaganda no decorrer da execução contratual. A fragmentação do objeto em itens ou lotes comprometeria a coerência da mensagem e a efetividade da campanha, acarretando os seguintes impactos:

- i) Falta de uniformidade na comunicação: Diferentes agências, trabalhando de forma independente, podem gerar mensagens inconsistentes e fragmentadas, diluindo o impacto da campanha e confundindo o público-alvo.
- ii) Dificuldade na gestão e acompanhamento: A multiplicidade de contratos e equipes demandaria um esforço administrativo excessivo para monitorar e avaliar o desempenho das campanhas, comprometendo a eficiência da gestão.
- iii) Risco de incoerência visual e estética: A padronização visual da marca e a identidade da campanha podem ser comprometidas com a fragmentação do serviço, resultando em uma comunicação inconsistente e menos profissional.
- iv) Prejuízo à sinergia entre as ações: A publicidade institucional envolve diversas ações interligadas, como produção de materiais, veiculação em diferentes mídias, monitoramento e avaliação. O parcelamento dificultaria a criação de sinergias entre as ações, reduzindo o impacto da campanha.

Em relação a interdependência das atividades, as atividades inerentes à publicidade institucional são interdependentes e se complementam, exigindo uma execução sincronizada e simultânea. A divisão em itens ou lotes geraria obstáculos à execução eficiente do serviço, como:

- i) Dificuldade na integração das ações: A fragmentação do serviço dificultaria a integração das diferentes etapas da campanha, como planejamento, produção, veiculação e monitoramento, comprometendo a coesão e o alcance dos objetivos.
- ii) Atraso na entrega dos resultados: A interdependência das atividades exige um fluxo contínuo de trabalho. O parcelamento poderia ocasionar atrasos na entrega dos resultados, impactando negativamente o cumprimento do cronograma da campanha.
- iii) Aumento do risco de falhas: A divisão do serviço em partes isoladas aumenta o risco de falhas na comunicação e na execução das atividades, comprometendo a qualidade da campanha.

Ademais, tendo em conta que os serviços previstos nesta licitação são interligados, a apuração de responsabilidade tornar-se-ia inviável, com a possibilidade de os fornecedores

divergirem um do outro, sem que se apresentasse a pronta e imediata solução imprescindível à continuidade do evento. Assim, do ponto de vista técnico e econômico o agrupamento dos itens em lote único garantirá melhor desempenho na execução e promoverá melhor resultado no acompanhamento, tempestividade na entrega e fiscalização.

Ou seja, o fato de ter sido vencedora em um processo licitatório bastante rigoroso, não garante à contratada a execução dos serviços e, conseqüentemente, a sua remuneração, fazendo com que a agência de propaganda ainda tenha que enfrentar uma disputa entre as demais contratadas, no âmbito dos processos de seleção interna entre as contratadas, em observância ao §4º do art. 2º da Lei nº 12.232/ 2010.

Destaca-se, ainda, que a não segregação das contas publicitárias também envolve a não garantia de faturamento mínimo pelas empresas, que ainda precisam compensar financeiramente seus custos internos.

Não obstante os procedimentos de seleção interna entre as contratadas serem mais trabalhosos para as equipes internas da CCS, do que o repasse direto de demandas para agências pré-determinadas para as respectivas contas publicitárias, a não segregação do objeto da licitação possibilita a CCS reunir uma quantidade e qualidade maior de propostas para seu julgamento e escolha daquela que melhor atenda às necessidades de comunicação da ALECE.

X - DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de publicidade, a Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, por meio da Coordenadoria de Comunicação Social, pretende desempenhar sua missão e competências institucionais de disseminar os conteúdos do legislativo estadual junto à sociedade com maior eficiência e eficácia, em decorrência da melhor qualidade técnica dos serviços à população.

Ao desenvolver uma publicidade institucional mais eficiente, a ALECE, também estará rentabilizando o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos. Ressalta-se que a experiência das agências contratadas, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias para apoiar a atuação da CCS, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstas no instrumento contratual, possibilitam maior celeridade ao desenvolvimento da publicidade e, conseqüentemente, melhor atendimento das necessidades de comunicação, no enfrentamento dos desafios institucionais vivenciados no dia a dia.

As agências de publicidade contratadas tornam-se responsáveis pela intermediação e supervisão da contratação corriqueira de fornecedores especializados para produção e execução das peças e materiais publicitários desenvolvidos no decorrer da execução contratual, bem como para a contratação dos inúmeros veículos de comunicação e divulgação utilizados para disseminação das mensagens.

Nesse trabalho, a ALECE prioriza o atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos para cada campanha, buscando atingir o maior número de público possível com as mensagens mais adequadas, com vistas a concorrer pela atenção e pelo entendimento do cidadão, frente ao imenso volume de conteúdos divulgados pela iniciativa privada e dos inúmeros e variados espaços publicitários utilizados pelos anunciantes.

E a expertise técnica das agências de publicidades contratadas em processo licitatório apoiará a equipe da Coordenadoria de Comunicação Social da ALECE por meio da proposição das estratégias de comunicação mais adequadas e eficazes. Além de caracterizar um direito do cidadão e um dever do Estado em divulgar seus atos, medidas e a destinação dos recursos públicos, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e

mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida.

Dessa forma, com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de publicidade, pretende agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação da ALECE, trazendo maior transparência aos atos da Casa, além de contribuir para maior efetividade do exercício da cidadania pela população, o que caracterizará o correto cumprimento de sua missão institucional.

XI - PROVIDENCIAS PREVIAS AO CONTRATO

A Assembleia Legislativa do Estado do Ceará dispõe de uma Coordenadoria de Comunicação Social – CCS responsável pelo desenvolvimento das ações publicitárias, a qual realiza diariamente o relacionamento com as agências de publicidade contratadas. Essa relação já está consolidada nas rotinas de trabalho da CCS, não havendo necessidade de adequação de ambiente físico, nem de capacitação de servidores para atuarem no relacionamento com as agências de publicidade e na gestão e fiscalização dos contratos.

Pois, o objeto da presente contratação não apresenta peculiaridades que justifiquem a necessidade de capacitação específica, porém cumpre ressaltar que ALECE oferece cursos de capacitação para fiscais e gestores de contratos, e que esse aprimoramento por parte dos servidores é imprescindível para a melhoria do controle dos serviços.

XII - CONTRATAÇÕES CORRELATAS/INTERDEPENDENTES

A contratação em pauta correlaciona-se com as demais contratações de serviços de comunicação, uma vez que todas tratam de serviços essenciais para auxiliar a execução de atividades de competência da Coordenadoria de Comunicação Social e para a composição da estratégia de comunicação social da ALECE.

Contudo, a licitação ora proposta não tem relação de dependência com outras contratações, podendo ser licitada e contratada separadamente.

Não se aplica, na medida em que, de acordo com as dinâmicas contratuais, as agências de publicidade ficam responsáveis pela intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados e de veículos de comunicação e divulgação necessários para o desenvolvimento das ações de publicidade, por ordem e conta da ALECE.

XIII - IMPACTOS AMBIENTAIS

A presente contratação não envolve impactos ao meio ambiente e seu edital deve contemplar dispositivos específicos para garantir práticas de sustentabilidade por parte das agências de publicidade contratadas, a adoção, na execução dos serviços, de boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, de acordo com o art. 225 da Constituição Federal/88, em conformidade com a Lei nº 14.133/2021.

XIV - VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

Visando atender a necessidade desta Coordenadoria, a contratação deverá ser realizada necessariamente por meio de licitação para empresas especializadas na prestação de serviços de publicidade, através de Licitação na Modalidade Concorrência Presencial do tipo MELHOR TÉCNICA.

A definição da Concorrência Presencial se dá em razão de a proposta técnica terá um envelope apócrifo que será avaliado pela subcomissão técnica, e o encaminhamento via eletrônica poderia levar a identificação prévia da proposta, contrariando assim a Lei 12.232/2010 que estabelece que parte da proposta técnica (envelope apócrifo) deve ser julgada sem conhecimento prévio da autoria.

Os custos das campanhas publicitárias não são absorvidos de modo necessário e integral pela agência de publicidade. A agência pode ser remunerada por serviços prestados diretamente. Mas uma parcela significativa dos serviços de publicidade é executada por terceiros, em relação aos quais a agência atua como intermediário. A disciplina da remuneração da agência de publicidade apresenta grande peculiaridade, não sendo assemelhada a qualquer outra espécie de contratação praticada pela Administração Pública.

A definição proposta para o contrato administrativo de serviços de publicidade é a seguinte: Contrato entre sujeito integrante da Administração Pública e uma agência de publicidade certificada, subordinado preponderantemente ao direito privado, precedido de procedimento licitatório diferenciado e tendo por objeto a prestação de serviços de publicidade propriamente ditos e de serviços especializados complementares, incumbindo à agência de publicidade a execução direta ou indireta de prestações, inclusive a intermediação e a representação na contratação de terceiros, mediante condições remuneratórias específicas.

Diante de toda a análise desenvolvida no estudo preliminar, a contratação **mostra-se VIÁVEL** em termos de disponibilidade de mercado, forma de prestação dos serviços, competitividade do mercado, orçamento específico alocado, sob responsabilidade da Coordenadoria de Comunicação Social, para esse fim e que o objeto da contratação é compatível com as competências institucionais da ALECE, que possui em sua estrutura interna uma área técnica preparada para a condução dos serviços a serem prestados por intermédio das agências de propaganda contratadas, bem como para a gestão e fiscalização do contrato, não sendo possível observar óbices ao prosseguimento da presente contratação no formato indicado.

José Ilo Santiago Júnior
Responsável pela Elaboração do ETP