



SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL-SECOM/DF

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025-SECOM/DF

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA ATENDER O DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO DO DISTRITO FEDERAL - DETRAN/DF

SETEMBRO 2025

SUMÁRIO

EDITAL	PÁGINA(S)
1. Disposições Iniciais	3
2. Objeto	4
3. Valor Contratual e Recursos Orçamentários	5
4. Condições de Participação	5
5. Retirada do Edital	6
6. Esclarecimentos sobre o Edital	6
7. Impugnação do Edital	6
8. Credenciamento de Representantes	7
9. Recebimento das Propostas e dos Documentos de Habilitação	7
10. Entrega da Proposta Técnica	7
11. Apresentação da Proposta Técnica	8
12. Julgamento das Propostas Técnicas	12
13. Entrega da Proposta de Preços	15
14. Apresentação da Proposta de Preços	15
15. Julgamento das Propostas de Preços	16
16. Julgamento Final das Propostas Técnicas e de Preços	16
17. Entrega dos Documentos de Habilitação	16
18. Apresentação dos Documentos de Habilitação	16
19. Análise dos Documentos de Habilitação	20
20. Comissão Especial de Contratação e Subcomissão Técnica	21
21. Divulgação dos Atos Licitatórios	23
22. Recursos Administrativos	23
23. Procedimentos Licitatórios	23
24. Homologação e Adjudicação	27
25. Condições Pré-Contratuais	27
26. Garantia de Execução	27
27. Obrigações da Contratada e do Contratante	28
28. Fiscalização	31
29. Remuneração e Pagamento	32
30. Sanções Administrativas	32
31. Disposições Finais	33
ANEXOS DO EDITAL	PÁGINA(S)
Anexo I - Projeto Básico	36
Anexo II - Briefing	47
Anexo III - Modelo de Procuração	48
Anexo IV - Modelo de Proposta de Preços	49
Anexo V - Minuta de Contrato	49
Anexo VI - Estudo Técnico Preliminar - ETP	62

SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL

EDITAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º: 90001/2025-SECOM/DF

PROCESSO SEI N.º: 00055-00004776/2025-48

MODALIDADE/FORMA: Concorrência Presencial.

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: Melhor Técnica.

OBJETO: O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 02 (duas) agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação 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 e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

INTERESSADO: Departamento de Trânsito do Distrito Federal - DETRAN/DF.

VALOR ANUAL ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO: R\$ 38.000.000,00 (trinta e oito milhões de reais).

RECEBIMENTO DOS INVÓLUCROS DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS:

DATA: 17/11/2025

HORÁRIO: ÀS 09:00 HORAS.

LOCAL: Auditório Detran-DF (Setor de Administração Municipal) - SAM Lote A Bl. B, Brasília-DF - CEP: 70.620-000

RETIRADA DO EDITAL: de segunda a sexta-feira, das 09h às 12:00h e das 14h às 18:00h, na Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF situada no Anexo Palácio do Buriti, 15º andar, sala 1511 - Brasília/DF ou pelo endereço eletrônico: <http://www.secom.df.gov.br/concorrencia-90001-2025/>.

FORMALIZAÇÃO DE CONSULTAS:

POR CARTA OU OFÍCIO: Na Comissão Especial de Contratação da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal-CEC-SECOM/DF, de segunda a sexta-feira - das 09h às 12:00h e das 14h às 18:00h - CEP: 70.610-650;

POR E-MAIL: concorrencia90001-2025-detrans@secom.df.gov.br

OUTRAS INFORMAÇÕES: pelo telefone 0xx(61) 3961-1696.

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. O Departamento de Trânsito do Distrito Federal, doravante denominado CONTRATANTE, por intermédio da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal, neste ato representado pela Comissão Especial de Contratação-CEC designada pela Portaria-SECOM/DF n.º 40, de 29 de julho de 2025, publicada no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF n.º 142, de 31 de julho de 2025 página 38, torna público aos interessados que realizará concorrência presencial, com a utilização do critério de julgamento Melhor Técnica, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei Federal n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, da Lei Federal n.º 4.680, de 18 de junho de 1965, da Lei Federal n.º 14.133, de 1º de abril de 2021, do Decreto Federal n.º 57.690, de 1º de fevereiro de 1966 e suas alterações, do Decreto Distrital n.º 44.330, de 16 de março de 2023, do Decreto Distrital n.º 38.934, de 15 de março de 2018, da Instrução Normativa - SEGES/MPOG n.º 5, de 25 de maio de 2017, e no que couber, da Instrução Normativa n.º 1-SECOM/PR, de 19 de junho de 2023.

1.2.1. Aplicam-se também a esta concorrência a Lei Distrital n.º 3.184, de 29 de agosto de 2003, o Decreto Distrital n.º 36.451/2015, de 15 de abril de 2015 e alterações posteriores, e no que couber, a Portaria-SECOM/DF n.º 9, de 01 de abril de 2019.

1.3. Os serviços objeto da contratação serão executados e entregues, mediante demanda, na forma de execução indireta e estará condicionada à existência de disponibilidade orçamentária, respeitado o exercício financeiro, cujo valor não excederá os créditos orçamentários ou adicionais consignados ao DETRAN/DF.

1.4. Com base no inciso XXXVIII do art. 6º da Lei Federal n.º 14.133/2021, a modalidade a ser utilizada na presente contratação será a concorrência em sua forma presencial por tratar-se de contratação de serviços especiais.

1.4.1. A escolha pela realização do certame de forma presencial, em vez de eletrônica, para a contratação de serviços de publicidade, justifica-se pelas particularidades do objeto a ser licitado, a natureza do serviço e a necessidade de uma análise mais detalhada e precisa das propostas técnicas. Desse modo, esclarecemos que a apresentação das propostas técnicas referente ao Plano de Comunicação Publicitária, será entregue em duas vias, sendo uma delas de forma apócrifa, para ser avaliada e julgada por Subcomissão Técnica especialmente composta para este ato. Devemos lembrar que a Comissão Especial de Contratação e a Subcomissão deverão adotar todos os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do referido Plano até o julgamento final das propostas técnicas pela Subcomissão Técnica. Assim, com fulcro no § 2º do art. 17, da lei Federal n.º 14.133/2021, a licitação deverá ser realizada de forma presencial, de acordo com o permissivo do artigo ora citado, uma vez que, atualmente tanto o Governo Federal quanto o Governo do Distrito Federal não possuem sistema eletrônico que assegure em sua plenitude o sigilo das propostas mencionadas acima conforme é exigido no art. 12 da Lei Federal n.º 12.232/2010:

Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea a do inciso VII do § 4 do art. 11 desta Lei, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.

1.5. As sessões públicas realizadas no âmbito desta Concorrência Presencial serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo e as gravações serão juntadas aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento, conforme prevê o § 2º do art. 17 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

1.6. Vale ressaltar que para a execução do objeto foram definidas a contratação de 2 (duas) agências para a prestação dos serviços de publicidade, tendo em vista o que dispõe o § 3º do art. 2º da Lei Federal n.º 12.232/2010.

Lei Federal n.º 12.232/2010:

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade 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.

(...)

§ 3º Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação

1.6.1. Além da definição acima, no caso concreto, utilizamos como parâmetro a definição pela contratação de mais de uma agência considerando o que disciplina o inciso II do § 1º do art. 5º da Instrução Normativa SECOM/PR n.º 01/2023, que assim definiu:

Art. 5º A Equipe de Planejamento da Contratação de serviços de comunicação, quando da elaboração dos Estudos Técnicos Preliminares - ETP, deverá ater-se ao objeto, conforme disposto no art.14.

§ 1º Para fins de definição do quantitativo de agências de propaganda a contratar para a prestação de serviços de publicidade, deverá ser adotado os seguintes parâmetros, tendo como referência ao valor de grande vulto estabelecido pela Lei nº 14.133, de 2021:

(...)

II - de 10% até 49,99% do valor de grande vulto: 2 (duas) agências de propaganda.

1.6.2. Levando em consideração que o valor atualmente utilizado como valor de grande vulto definido no inciso XXII do art. 6º da Lei Federal n.º 14133/2021 está orçado por força do Decreto Federal n.º 12.343/2024 em R\$ 250.902.323,87, entendemos que a presente contratação estimada em R\$ 38.000.000,00 enquadra-se na faculdade da escolha de 2 (duas) agências sugeridas no inciso II do § 1º do art. 5º da Instrução Normativa acima referenciada. Nesse sentido, a subdivisão da execução do objeto em dois contratos fica aqui justificada.

1.7. O(s) horário(s) mencionado(s) neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

2. OBJETO

2.1. O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 02 (duas) agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação 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 e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, para atender o Departamento de Trânsito do Distrito Federal - DETRAN/DF.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e as ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, os quais estejam relacionados à execução do contrato;

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

c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1. Os serviços previstos no subitem 2.1.1 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, devem vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social, não podendo constar nomes, símbolos, imagens ou expressões que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

2.1.1.2. O planejamento, previstos no subitem 2.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de pesquisa de opinião pública, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

2.2. Para a prestação dos serviços serão contratadas **02 (duas) agências de propaganda**, doravante denominada agências, licitantes ou contratadas.

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

2.2.2. As agências atuarão por ordem e conta do Contratante, em conformidade com o art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.2.3. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos neste Edital.

2.2.4. As agências atuarão de acordo com solicitação do Contratante, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1.

2.2.5. Para a execução dos serviços, a Contratante poderá instituir, nos moldes da Portaria-SECOM/DF n.º 9, de 01 de abril de 2019, procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela Administração e publicada na imprensa oficial, conforme disposto no art. 2º, § 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

2.2.5.1. Os serviços serão solicitados à Contratada de modo a garantir que o valor efetivamente realizado por ela, na vigência inicial de 12 (doze) meses

deste contrato e possíveis prorrogações, não seja inferior a 37,5% (trinta e sete, vírgula cinco por cento) e ultrapassar 62,5% (sessenta e dois, vírgula, cinco por cento) do total executado pelas 02 (duas) agências contratadas como resultado da concorrência que deu origem a este ajuste.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$ 38.000.000,00 (trinta e oito milhões de reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de ano consta da Lei Orçamentária Anual - LOA - 2025, nas seguintes funcionais programáticas:

a) Unidade Gestora: 220201 - Departamento de Trânsito do DF - DETRAN-DF

b) Programas de Trabalho: 06.131.6217.8505.0958 e 06.131.6217.8505.8749

c) Elemento de Despesa: 33.90.39 - Publicidade e Propaganda - utilidade pública - DETRAN/DF-Distrito Federal - 33.90.39 - Publicidade e Propaganda - DETRAN/DF-Distrito Federal.

d) Fonte de Recursos: 237.

3.3. O Departamento de Trânsito do Distrito Federal se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.4. No interesse do Contratante, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 125 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

3.5. Se o Contratante optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.5.1. Na prorrogação, o Contratante poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantagem para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

3.5.2. O Contratante poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos, que cumulativamente:

a) sejam estabelecidas no País, que satisfaçam as condições e disposições contidas neste Edital;

b) Estejam devidamente cadastradas e com situação regular no Sistema de Registro Cadastral Unificado disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas-PNCP ou estejam devidamente cadastradas e com situação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF e no Sistema de Registro Cadastral Unificado ou que apresentem a documentação relacionada no item 18 deste Edital.

4.2. Não poderão disputar a presente licitação ou participar da execução do contrato, direta ou indiretamente a licitante:

a) que estiver cumprindo impedimento temporário do direito de participar de licitações ou estiver impedida de contratar com o Governo do Distrito Federal;

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, do Distrito Federal 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 o Contratante;

f) que isoladamente ou em consórcio tenha sido responsável pela elaboração do projeto básico, do briefing, ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre obra, serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;

g) que estejam reunidas em consórcio;

h) que atuem sem fins lucrativos;

i) sociedades cooperativas;

j) pessoa jurídica cujo dirigente, administrador, proprietário ou sócio com poder de direção seja cônjuge, companheiro ou parente, em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até o terceiro grau, de:

j.1) agente público com cargo em comissão ou função de confiança que esteja lotado na unidade responsável pela realização da seleção ou licitação promovida pelo órgão ou entidade da administração pública distrital; ou

j.2) agente público cuja posição ou órgão ou entidade da administração pública distrital seja hierarquicamente superior ao chefe da unidade responsável pela realização da seleção ou licitação;

j.3) servidor ou dirigente da SECOM/DF, membros da Comissão Especial de Contratação, bem como servidores da Administração Direta e Indireta do Distrito Federal;

j.4) o autor(es) do projeto básico, do Briefing ou autor(es) de qualquer dos Anexos deste edital;

k) empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

l) pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista.

m) pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;

n) pessoa física ou jurídica que mantenha qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau (no art. 1º do Decreto Distrital nº 39.860, de 30 de maio de 2019, alterado pelo Decreto Distrital n.º 47.663/2025, de 5 de setembro de 2025).

4.2.1. Considera-se participação indireta, a existência de qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira ou trabalhista entre o autor do projeto, pessoa física ou jurídica, e o licitante ou responsável pelos serviços, fornecimentos e obras, incluindo-se os fornecimentos de bens e serviços a estes necessários.

4.2.2. Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas no cadastro do SICAF, no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS-CNEP-CEPIM) no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União-CGU, no Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ e no Portal de Transparência do Governo do Distrito Federal, em harmonia com o disposto no inciso III do art. 14 e art. 91, § 4º da Lei Federal n.º 14.133/2021.

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

4.4. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Contratação o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste 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.

4.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo o Contratante, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

4.6. Não será adotado o critério de cota destinada à ME/EPP, com fulcro no art. 48, inciso III da Lei Complementar nº 123/2006, pois os serviços não serão individualizados por item, nem tão pouco por lote, uma vez que os serviços de publicidade são contratados por estimativa, não individualizando os serviços a serem executados no decorrer da vigência do contrato.

5. RETIRADA DO EDITAL

5.1. Este Edital será fornecido na CEC-SECOM/DF situada no Anexo Palácio do Buriti, 15º andar, sala 1511 - Brasília/DF ou pelo endereço eletrônico: <http://www.secom.df.gov.br/concorrenca-90001-2025/> de segunda a sexta-feira, das 09h às 12:00h e das 14h às 18:00h. No caso de retirada de cópia impressa o interessado deverá apresentar o comprovante de recolhimento no valor de R\$ 16,00 (dezesesseis reais), realizado em qualquer agência bancária por meio do documento de arrecadação - DAR, código 357-3, Taxa de Expediente, de acordo com a Portaria-SEPLAG n.º 116, de 11 de junho de 2008, publicada no DODF n.º 112, de 12 de junho de 2008, página 25.

5.2. Será gratuita a retirada deste Edital por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

5.2.1. No Portal Nacional de Compras Públicas-PNCP, no seguinte endereço eletrônico: https://pncp.gov.br/app/editais?q=&status=recebendo_proposta&pagina=1 - UASG SECOM/DF: 926939.

5.2.2. No site da SECOM/DF, no seguinte endereço eletrônico: <https://www.comunicacao.df.gov.br/>

5.3. Interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF e no endereço eletrônico, citado no subitem 5.2.2 anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1. Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 3 (três) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

a) por carta ou ofício: Na Comissão Especial de Contratação da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal-CEC-SECOM/DF de segunda a sexta-feira - situada no Anexo Palácio do Buriti, 15º andar, sala 1511 - Brasília/DF, das 09h às 12:00h e das 14h às 18:00h – CEP: 70.610-650;

b) pelo e-mail: concorrenca90001-2025-detran@secom.df.gov.br

6.1.1. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos pela CEC-SECOM/DF em até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data de abertura do certame, consoante estabelecido na Lei Federal n.º 14.133/2021.

6.1.2. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, no endereço eletrônico: <http://www.secom.df.gov.br/concorrenca-90001-2025/>, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.1.2.1. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possa propiciar a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada).

6.1.3. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

6.1.4. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnica e de Preços previstos nos subitens 9.2 e 9.3 deste Edital.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este edital de licitação por irregularidade na aplicação da Lei, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura desta Concorrência

7.1.1. O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, poderá ser protocolizado fisicamente de segunda a sexta-feira, das 09h às 12:00h e das 14h às 18:00h, na sala nº 1511, na CEC-SECOM/DF situada no Anexo Palácio do Buriti, 15º andar, sala 1511, nesta cidade.

7.2. A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail: concorrenca90001-2025-detran@secom.df.gov.br, observado o prazo descrito no

subitem 7.1 deste edital. Nesse caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e nos horários previstos no subitem precedente, em até 3 (três) dias úteis contados do encaminhamento do e-mail.

7.3. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

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

7.5. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 4º do art. 170, da Lei nº 14.133/2021.

7.6. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Especial de Contratação, àquele que não se manifestar em até 3 (três) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnica e de Preços.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Contratação documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com os Documentos de Habilitação e com as Propostas Técnica e de Preços.

8.1.1. Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

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

8.1.3. Caso o preposto da licitante não seja representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo III deste edital. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Especial de Contratação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

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

8.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar os Documentos de Habilitação e as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Contratação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2 deste Edital.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Contratação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 10, 11, 13, 14, 17 e 18 deste Edital.

9.2. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos **às 09:00 horas do dia 17/11/2025**, ou, se não houver expediente nessa data, no primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário, no endereço **Auditório Detran-DF (Setor de Administração Municipal) - SAM Lote A Bl. B., Brasília-DF - CEP: 70.620-000**

9.3. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Contratação.

9.4. O horário mencionado no item 9.2 referem-se ao horário de Brasília.

9.5. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 23 deste edital, e na legislação.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. As Propostas Técnicas deverão ser entregues à Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF acondicionadas nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

INVÓLUCRO Nº 1

10.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3 deste Edital.

10.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Comissão Especial de Contratação-CEC-SECOM/DF, O invólucro somente será entregue à licitante que o solicite formalmente, devendo ser retirado pela interessada na CEC-SECOM/DF, situada no Anexo Palácio do Buriti, 15º andar, sala 1511 - Brasília/DF, das 09h às 12:00h e das 14h às 18:00h.

10.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. **O Invólucro nº 1 não poderá:**

a) ter nenhuma identificação;

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

c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da

licitante.

INVÓLUCRO Nº 2

10.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4 deste Edital.

10.1.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 2 Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada <i>Razão Social e CNPJ da licitante</i> Concorrência Presencial nº 90001/2025 - SECOM/DF
--

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

INVÓLUCRO Nº 3

10.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

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

INVÓLUCRO Nº 3 Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação <i>Razão Social e CNPJ da licitante</i> Concorrência Presencial nº 90001/2025 - SECOM/DF

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

10.1.3.3 O Invólucro nº 3 **NÃO** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

11.1.2. A proposta técnica será apresentada em três vias distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante;

11.1.3. O Plano de Comunicação será apresentado em duas vias, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

11.2. QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 11.2.2 deste Edital;
- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;

- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.

11.2.1 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6 deste Edital.

11.2.2. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;
 - c2) impressas na orientação paisagem.

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

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

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

11.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 11.2 deste Edital.

11.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

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

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas. Ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

11.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3. A LICITANTE DEVERÁ APRESENTAR O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA COM BASE NO BRIEFING (ANEXO II DESTE EDITAL), OBSERVADAS AS SEGUINTESS ORIENTAÇÕES:

11.3.1. **Subquesto 1 - Raciocínio Básico** - apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades do Contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
- d) das necessidades de comunicação do Contratante para solucionar esse desafio.

11.3.2. **Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária** - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

11.3.3. **Subquesto 3 - Ideia Criativa** - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;
- b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1. A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
- d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

11.3.3.3.1. 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 *passe-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

11.3.3.2. Na elaboração de ‘monstro’ ou *leiaute* 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.

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

11.3.3.4. O ‘monstro’ ou *leiaute* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.4.1. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer Contratante, somente a marca do seu fabricante.

11.3.3.5. 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.

11.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

11.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), 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.

11.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea ‘d’ do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

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

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

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

IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

11.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação /plataformas digitais de comunicação;
- c) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia;
- d) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em plataformas digitais de comunicação, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia ou, inexistindo essa, os preços simulados pelas plataformas;
- e) os valores absolutos e percentuais alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.
- i) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia

11.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do 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 art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- e) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- f) deverá ser observado o disposto no § 9 do artigo 149 da Lei Orgânica do Distrito Federal

11.3.4.3.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea ‘a’ do subitem 11.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

11.4. O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA: deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

11.5. QUESITO 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

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

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do Contratante para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.7. QUESITO 3 - REPERTÓRIO: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.8. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

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

11.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01 de janeiro de 2014 (para que não fique restrito somente as atuais agências contratadas).

11.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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

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

11.8.3. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo Contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

11.9. QUESITO 4 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10. A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

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

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo Contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

11.10.1. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

11.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2014.

11.10.3. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

11.10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica, designada conforme o item 20 deste edital, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

12.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do 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 pelo Contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

12.2.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do Contratante com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.
- g) coerência entre as ações propostas e a verba disponível
- h) elaboração do conceito e definição da estratégia em respeito ao caráter institucional da comunicação pretendida.

12.2.1.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do 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;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.
- h) qualidade artística e técnica das apresentações.

12.2.1.4. Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) capacidade de sustentação da campanha (consistência do plano em relação ao público-alvo), e consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- 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 do Contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia, e grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como Contratantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Contratante;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Contratante na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante;
- e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Contratante.

12.2.3. Quesito 3 - Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

d) criatividade do conjunto de elementos do projeto técnico e do material apresentado

12.2.4. **Quesito 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 complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

12.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

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

Quesito	Subquesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	PONTUAÇÃO QUESITO
Quesito 1 Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico (1)	5	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Contratante e do contexto de sua atuação	1,25
			b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;	1,25
			c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo Contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	1,25
			d) das necessidades de comunicação do Contratante para solucionar esse desafio.	1,25
	Estratégia de Comunicação Publicitária (2)	20	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;	2,5
			b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	2,5
			c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do Contratante com seus públicos;	2,5
			d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	2,5
			e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,5
			f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.	2,5
			g) coerência entre as ações propostas e a verba disponível	2,5
			h) elaboração do conceito e definição da estratégia em respeito ao caráter institucional da comunicação pretendida.	2,5
	Ideia Criativa (3)	20	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;	2,5
			b) a pertinência da solução criativa com a natureza do Contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,5
			c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;	2,5
d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;			2,5	
e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;			2,5	

		f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	2,5	
		g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	2,5	
		h) qualidade artística e técnica das apresentações	2,5	
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (4)	10	a) capacidade de sustentação da campanha (consistência do plano em relação ao público-alvo), e consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	2,5
b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;			2,5	
c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;			2,5	
d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia, e grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.			2,5	
Quesito 2 - Capacidade de Atendimento (*)		25	a) o porte e a tradição dos clientes, como Contratantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;	5,0
			b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Contratante;	5,0
			c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Contratante na execução do contrato;	5,0
			d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante;	5,0
			e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Contratante.	5,0
Quesito 3 - Repertório		10	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;	2,5
			b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;	2,5
			c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças	2,5
			d) criatividade do conjunto de elementos do projeto técnico e do material apresentado	2,5
Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;	2,5
			b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;	2,5
			c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;	2,5
			d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante	2,5

OBS: Para efeito de aferição da nota nos seguintes quesitos e subquesitos abaixo, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação: Quando a nota máxima do subitem for 5: 0,0 (nulo); 1,0 (insuficiente); 2,5 (médio inferior); 3,5 (médio superior); 5,0 (superior); Quando a nota máxima do subitem for 2,5: 0,0 (nulo); 0,5 (insuficiente); 1,25 (médio inferior); 1,5 (médio superior); 2,5 (superior); Quando a nota máxima do subitem for 1,25: 0,0 (nulo); 0,5 (insuficiente); 0,75 (médio inferior); 1,0 (médio superior); 1,25 (superior).
(*) A aferição acima não se aplica ao Quesito 2: Capacidade de Atendimento.

12.3.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 deste edital para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

12.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

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

12.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

12.3.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.4. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, observado o disposto no subitem 12.5 deste Edital.

12.5. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) 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;

b) não alcançar, no total, **a nota mínima de 70 (setenta) pontos;**

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.5.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.

12.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das duas licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos:

12.6.1. Plano de Comunicação Publicitária,

12.6.2. Capacidade de Atendimento, Repertório e

12.6.3. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 23.3 ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Contratação, cuja data será divulgada na forma do item 21 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

INVÓLUCRO Nº 4

13.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

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

INVÓLUCRO Nº 4
Proposta de Preços
Razão Social e CNPJ da licitante
Concorrência Presencial nº 90001/2025 - SECOM/DF

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

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo IV deste edital e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo IV deste edital, ressalvado os termos do art. 36 e 37 da Lei Federal nº 14.133/2021.

14.2.1. A contratada não fará jus ao ressarcimento dos custos internos dos serviços constantes na tabela referencial de preços das Agências do DF, pelos serviços por ela executados.

14.2.1.1. Na proposta de preços apresentada pelas licitantes, não serão aceitos:

a) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.

b) percentual de honorários superior a 3% (três por extenso por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

- I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;
- II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- III. à reimpressão de peças publicitárias.

c) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

14.3. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de no mínimo 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

14.3.1. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Contratação considerará o preço por extenso.

14.3.1.1. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

15.1. As Propostas de Preços das 2 (duas) licitantes mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no item 14 Edital.

15.2. Comissão Especial de Contratação abrirá negociação com as 2 (duas) empresas mais bem classificadas na fase de julgamento final das propostas técnicas objetivando alcançar condições mais vantajosas para a Administração, conforme previsão contida no art. 61 da Lei Federal nº 14.133/2021;

15.2.1. Adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, a negociação poderá ser feita com os demais licitantes, segundo a ordem de classificação inicialmente estabelecida, quando o primeiro colocado, mesmo após a negociação, for desclassificado em razão de sua proposta permanecer acima dos percentuais de honorários definidos na letras "a", "b" e "c" do subitem 14.2.1 deste edital, nos termos do § 1º do art. 61 da Lei Federal nº 14.133/2021.

15.2.2. A ausência do licitante na terceira sessão implica na sua renúncia ao eventual direito de negociar sua proposta de preços, caso seja convocado para tal;

15.2.3. A negociação, depois de concluída, as 2 (duas) empresas mais bem classificadas no julgamento técnico deverão ter apresentado os mesmos percentuais de honorários definidos na letras "a", "b" e "c" do subitem 14.2.1 deste edital.

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

16.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei Federal nº 14.133/2021, para o critério de julgamento *Melhor Técnica*.

16.2. Serão consideradas vencedoras do julgamento final desta concorrência:

16.2.1. As 2 (duas) licitantes que tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, que apresentarem proposta de preços nos termos do item 15 deste edital e sido devidamente habilitadas nos termos do item 19 deste edital.

17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Contratação somente pelas 2 (duas) licitantes mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

17.1.1. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 19.1.2 deste Edital.

INVÓLUCRO Nº 5

17.1.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues pelas 2 (duas) licitantes mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas e de Preços acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 5
Documentos de Habilitação
Razão Social e CNPJ da licitante
Concorrência Presencial nº 90001/2025 - SECOM/DF

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

18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - Em original; ou

II - Sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III - Em cópia autenticada por cartório competente; ou

IV - Em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Especial de Contratação, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação

18.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

18.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Contratação.

18.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

18.2.1. Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' acima deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar 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;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

e) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante.

18.2.2. Regularidade Fiscal, social e Trabalhista

a) a inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

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

c) Prova de regularidade com a Fazenda Federal por meio da Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais, inclusive contribuições previdenciárias, e a Dívida Ativa da União, expedida pelo Ministério da Fazenda/Secretaria da Receita Federal do Brasil (Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751/2014), com jurisdição sobre o local da sede da licitante

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

d.1) Para as empresas com sede e/ou domicílio fora do Distrito Federal - Certidão Negativa de Débitos ou certidão positiva com efeito de negativa, emitida pela Secretaria de Estado de Economia do Distrito Federal-SEEC/DF, em plena validade, que poderá ser obtida através do endereço eletrônico: <https://www1.receita.fazenda.df.gov.br/cidadao/certidoes/Certidao> (inteligência do art. 173, da Lei Orgânica do Distrito Federal);

e) a regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho;

18.2.2.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

18.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

18.2.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

18.2.3. Qualificação Técnica:

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1 deste Edital;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Contratação.

18.2.4. Qualificação Econômico-financeira

a) certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no §6º do art. 69 da Lei Federal nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso

IV:

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

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 quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

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

- a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;
- b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
- c) termo de abertura e encerramento;
- d) requerimento de autenticação de Livro Digital;
- e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

18.2.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

- a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;
- b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

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

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 18.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1(um)):

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

SG =	Ativo Total
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC =	Ativo Circulante
	Passivo Circulante

b) do balanço referido no subitem 18.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = 1(um)):

S =	Ativo Total
	Passivo Exigível Total

18.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 18.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

18.2.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 18.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, capital social ou patrimônio líquido equivalente a R\$ 3.800.000,00 (três milhões e oitocentos mil reais).

18.2.5. Declarações:

a) Declaração sobre trabalho do menor, na forma do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal e a Lei Distrital n.º 5.061/2013:

À

Comissão Especial de Contratação

Referente: Concorrência Presencial n.º 90001/2025-SECOM/DF

Processo SEI n.º 00055-00004776/2025-48.

..... inscrita no CNPJ sob o nº, sediada no(a), por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a), portador(a) da Carteira de Identidade n.º e do CPF n.º, DECLARA, a inexistência de conflito de interesses para sua habilitação neste certame e na execução do futuro contrato, bem como aos profissionais disponibilizados para execução dos serviços objeto da Concorrência Presencial n.º 90001/2025-SECOM/DF, pelo prazo de duração do Contrato e após o seu término, conforme regulamentação específica e aplicável em sua área de atuação, e portanto, afirma não exercer atividades que conflitem com as atividades finalísticas da Contratante.

<local e data>

Representante Legal

18.3. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

18.4. O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 87 da Lei Federal nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 18.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 18.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao Contratante a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

18.5. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação **REGULAR** no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF, **deverá apresentar** somente os documentos abaixo:

- a) Documentos de Habilitação Jurídica exigidos no subitem 18.2.1 deste edital;
- b) Documentos de Qualificação Técnica exigidos no subitem 18.2.3 deste edital;
- c) A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um) em quaisquer dos índices de liquidez constantes do subitem 18.2.4.2 deste edital, deverá comprovar que possui, no mínimo, capital social ou patrimônio líquido mínimo de R\$ 3.800.000,00 (três milhões e oitocentos mil reais);
- d) Certidão Negativa de Débitos ou certidão positiva com efeito de negativa, emitida pela Secretaria de Estado de Economia do Governo do Distrito Federal, conforme prevê a letra "d1" do subitem 18.2.2 deste edital (*somente para empresas com sede ou domicílio fora do Distrito Federal*). A comprovação desta exigência para as empresas com sede ou domicílio no Distrito Federal serão verificadas por meio de declaração impressa do Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF, conforme item 19.1.1 deste edital;
- e) Certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante, dentro do prazo de validade, de acordo com as exigências contidas na letra "a", "a1" e "a2" do subitem 18.2.4 deste edital;
- f) Balanço patrimonial e a demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, de acordo com as exigências contidas na letra "b", "b1", "b2" e "b3" do subitem 18.2.4 deste edital;
- f) Declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas "a", "b", "c" e "d" do subitem 18.2.5 deste edital.

18.5.1. Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 18.5 não estiverem disponíveis no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea 'b' do subitem 18.2.4 ou, se for o caso, a alínea 'b' do subitem 18.2.4.1.

18.5.2. À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF.

19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1. A Comissão Especial de Contratação analisará os Documentos de Habilitação das 2 (duas) licitantes mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 18 deste Edital.

19.1.1. Conforme previsão contida no subitem 18.5 deste edital a Comissão Especial de Contratação realizará consulta *on-line* no sistema Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores-SICAF para análise dos documentos das licitantes que optaram por apresentarem sua habilitação por meio de documentação regular no citado sistema.

19.1.1.1. A Comissão Especial de Contratação procederá a impressão do documento denominado "*Declaração*" que instruirá o processo de habilitação, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021 e da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023.

19.1.1.2. A "*Declaração*" referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão Especial de Contratação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pelas respectivas licitantes.

19.1.1.3. Se alguma licitante for inabilitada em decorrência de irregularidade constatada por meio do SICAF e comprovar, mediante a apresentação do formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, que entregou a documentação à sua Unidade Cadastradora no prazo regulamentar, a Comissão Especial de Contratação suspenderá os trabalhos e comunicará o fato à Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação, do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, gestor do SICAF.

19.1.1.3.1. O Recibo de Solicitação de Serviço apresentado deverá estar com os campos relativos à documentação complementar exigida para habilitação parcial ou à atualização de documentos de habilitação parcial preenchidos, conforme o caso.

12.2. Será inabilitada a licitante:

- a) em cuja Documentação conste qualquer documento obrigatório com prazo de validade vencido e que não apresente tais documentos atualizados em conjunto com os Documentos de Habilitação exigidos neste Edital;

b) que deixar de apresentar, de acordo com o exigido, qualquer documento solicitado ou apresentá-lo com vícios ou defeitos, bem como não atender as condições para habilitação previstas neste Edital.

19.3. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Contratação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

20. COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Contratação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

20.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que tenham atuado em uma dessas áreas.

20.2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o Contratante.

20.3. A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

20.3.1. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

20.3.1.1. Para composição da relação prevista no subitem 20.3, a Comissão Especial de Contratação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 20.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

20.3.2. A relação dos nomes referidos no subitem 20.3 será publicada no Diário Oficial do Distrito Federal, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

20.3.3. O sorteio será processado pela Comissão Especial de Contratação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o Contratante, nos termos dos subitens 20.2.1, 20.3 e 20.3.1. deste Edital.

20.3.4. 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 20.3, mediante a apresentação à Comissão Especial de Contratação de justificativa para a exclusão.

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

20.3.6. 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.

20.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 20.3 e 20.3.1 deste Edital.

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

20.3.7. 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 20.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20.4. A Comissão Especial de Contratação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a seleção da proposta apta a gerar o resultado de contratação mais vantajoso para a Administração Pública, nos termos do art. 11, da Lei Federal n.º 14.133/2021.

20.4.1. Os membros da Comissão Especial de Contratação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 90001/2025-SECOM/DF

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Eu,, Matrícula nº, lotado no, integrante da Comissão Especial de Contratação responsável pelo processamento do processo licitatório da Concorrência Presencial nº 90001/2025-SECOM/DF realizada pela Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal Para a contratação de agência(s) de publicidade e propaganda para o Departamento de Trânsito do Distrito Federal - DETRAN/DF, regida pelas Leis Federal nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação a qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 14.133/2021, a:

I - NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão Especial de Contratação;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão Especial de Contratação que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão Especial de Contratação;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão Especial de Contratação, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

<local e data>

(assinatura do representante)

SUBCOMISSÃO TÉCNICA
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 90001/2025-SECOM/DF

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão Especial de Contratação, na forma do Decreto Distrital n.º 36.451/2015, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros n.º 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e n.º 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão contratante ou de origem, nem da Comissão Especial de Contratação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Contratação.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu, _____, Matrícula e ou CPF n.º _____, vinculada ao _____, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do processo da Concorrência Presencial n.º 90001/2025-SECOM/DF realizada pela Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal Para a contratação de agência(s) de publicidade e propaganda para o Departamento de Trânsito do Distrito Federal - DETRAN/DF, regida pelas Leis Federal n.º 12.232/2010 e n.º 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei n.º 12.813/2013 e da Lei n.º 14.133/2021, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial de Contratação.

Data: ____ de ____ de ____.

Assinatura

20.4.1.1. Os membros da Comissão Especial de Contratação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo I do título IV da Lei Federal n.º 14.133/2021, no que couber.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1. A juízo da Comissão Especial de Contratação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF é obrigatória:

a) Nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;

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

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1. Eventuais recursos administrativos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 3 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente, por intermédio da Comissão Especial de Contratação, protocolizada na Comissão Especial de Contratação da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal-CEC-SECOM/DF, situada no Anexo

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

22.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Contratação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso e as respectivas(s) impugnação(ões), com sua motivação, à autoridade competente que decidirá no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

22.4. 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.

22.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou contrarrazões até o seu término, vistas das propostas, das documentações, dos recursos e das contrarrazões e demais documentos desta concorrência:

22.5.1. Presencialmente na sala da Comissão Especial de Contratação da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal-CEC-SECOM/DF, situada no Anexo Palácio do Buriti, 15º andar, sala 1511 - Brasília/DF, das 09h às 12:00h e das 14h às 18:00h, devendo o interessado solicitar oficialmente por meio de petição;

22.5.2. Por meio de disponibilização da CEC-SECOM/DF no endereço eletrônico: <http://www.secom.df.gov.br/concorrenca-90001-2025/>.

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

22.7. Caberá pedido de reconsideração, no prazo de 3 (três) dias úteis, contados da data de intimação, relativamente ao ato do qual não caiba recurso hierárquico.

22.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Especial de Contratação, motivadamente e se houver interesse para o Contratante, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

23.1. Serão realizadas 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.

23.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

23.1.2. 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.

23.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

23.1.4. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

23.1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão Especial de Contratação quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 20.4.1 deste edital.

23.1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Especial de Contratação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

23.1.7. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

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

23.1.9. A Comissão Especial de Contratação poderá solicitar parecer técnico, de pessoas físicas ou jurídicas, para orientar sua decisão, exceto no tocante às pontuações e notas atribuídas pela Subcomissão Técnica às Propostas Técnicas.

23.1.10. A Comissão Especial de Contratação poderá suspender as sessões de abertura das Propostas de Preço e de recebimento e abertura dos Documentos de Habilitação a fim de ter melhores condições de analisar e decidir em cada caso.

23.2. 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 SECOM/DF providenciará sua destruição.

PRIMEIRA SESSÃO

23.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 9.2 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;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

23.2.1. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão Especial de Contratação se:

- a) não estiver identificado;
- b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da

abertura do Invólucro nº 2;

c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 23.2.1, a Comissão Especial de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

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

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

23.2.2.1. A Comissão Especial de Contratação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 23.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

23.2.2.1.1. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Especial de Contratação.

23.2.2.2. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Especial de Contratação ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, 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.

23.2.3. A Comissão Especial de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 23.2.2. acima.

23.2.4. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Especial de Contratação.

23.2.5. 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 23.2.6 e seguintes. Caso contrário a comissão divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo de 03 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

23.2.5.1. 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 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22 deste Edital.

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

a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Especial de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 3.

23.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.5 deste edital, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.6.2. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 12.5 deste edital, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.7. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 23.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada 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

23.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 21, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

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

- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 12.7, se for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.3.1. 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, a partir de solicitação da Comissão Especial de Contratação.

TERCEIRA SESSÃO

23.4. 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 classificadas no julgamento técnico, na forma do item 21, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços das 2 (duas) licitantes mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, 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 nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- f) Comissão Especial de Contratação abrirá negociação com as 2 (duas) empresas mais bem classificadas na fase de julgamento final das propostas técnicas objetivando alcançar condições mais vantajosas para a Administração, conforme previsão contida no art. 61 da Lei Federal nº 14.133/2021;
 - f.1) Adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, a negociação poderá ser feita com os demais licitantes, segundo a ordem de classificação inicialmente estabelecida, quando o primeiro colocado, mesmo após a negociação, for desclassificado em razão de sua proposta permanecer acima dos percentuais de honorários definidos na letras "a", "b" e "c" do subitem 14.2.1 deste edital, nos termos do § 1º do art. 61 da Lei Federal nº 14.133/2021.
 - f.2) a ausência do licitante na terceira sessão implica na sua renúncia ao eventual direito de negociar sua proposta de preços, caso seja convocado para tal.
 - f.3) A negociação, depois de concluída, as 2 (duas) empresas mais bem classificadas no julgamento técnico deverão ter apresentado os mesmos percentuais de honorários observados os limites máximos previstos na letras "a", "b" e "c" do subitem 14.2.1 deste edital.
- h) declarar as 2 (duas) vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto nos subitens 12.4 e 12.5, as duas licitantes:
 - h.1) que tenha sido mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica; e
 - h.2) que tenha apresentado Proposta de Preços que atenda todas as exigências do item 15 deste edital.
- i) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 21, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

QUARTA SESSÃO

23.5. 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 classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 21, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
 - d.1) Os invólucros nº 5 das licitantes que não estejam entre as 02 (duas) licitantes mais bem classificadas no certame, serão lacrados e guardados pela Comissão Especial de Contratação, para análise posterior, em caso de apresentação de recursos, ou não assinatura ou rescisão de contrato com alguma das licitantes vencedoras.
- e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'c' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;
- h) Caso a(s) licitante(s) vencedora(s) seja(m) inabilitada(s), a Comissão Especial de Contratação analisará a habilitação das seguintes, observado o procedimento descrito neste subitem.
- g) Informar que será publicado, na forma do item 21, a razão social das licitantes vencedoras 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.

23.5.1. Por ocasião da consulta ao SICAF e no Sistema de Registro Cadastral Unificado, referido no subitem 19.1.1 deste edital, serão impressas as declarações de Situação do Fornecedor das licitantes cadastradas, que serão assinadas pelos membros da Comissão Especial de Contratação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, as quais serão juntadas aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

24. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

24.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 31.10 deste Edital.

24.1.1. A homologação desta licitação e a adjudicação do objeto às licitantes vencedoras serão realizadas por meio de ato formal do Diretor-Geral do Departamento de Trânsito do Distrito Federal - DETRAN/DF.

24.2. O objeto será adjudicado às licitantes vencedoras pelo valor global.

24.3. Serão vencedoras desta concorrência as duas licitantes que:

- a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas;
- b) tenham apresentado Proposta de Preços que atenda todas as exigências do item 15 deste edital, e
- c) tenham sido habilitadas, observadas as disposições do item 19 deste Edital.

25. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

25.1. As licitantes vencedoras terão o prazo de 10 (dez) dias úteis, contados a partir da convocação, para assinarem os respectivos instrumentos de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo V deste Edital.

25.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do Contratante, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.

25.1.1.1. Se a(s) licitante(s) vencedora(s) não comparecer(em) nos prazos estipulados para assinar(em) o(s) contrato(s), a contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a(s) licitante(s) que deixou(ram) de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 90, § 5º da Lei Federal nº 14.133/2021.

25.2. Antes da celebração do contrato, a contratante efetuará consulta no cadastro do SICAF, no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS-CNEP-CEPIM) no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União-CGU, no Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ e no Portal de Transparência do Governo do Distrito Federal, em harmonia com o disposto no inciso III do art. 14 e art. 91, § 4º da Lei Federal nº 14.133/2021.

25.3. Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terão duração de 12 (doze) meses, a contar de ___/___/___, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, respeitando a vigência máxima decenal, nos termos da Cláusula Terceira da Minuta de Contrato - Anexo V deste edital.

25.4. O Contratante poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, pelos motivos previstos no art. 137 da Lei Federal nº 14.133/2021 e, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da Minuta de Contrato - Anexo V deste edital).

25.5. A contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

25.6. As contratadas se obrigam a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010.

25.7. As contratadas centralizarão o comando da publicidade do Contratante no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterão sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto nos subitens 5.1.2 e 5.1.2.1 da Cláusula Quinta da Minuta de Contrato - Anexo V deste edital.

25.8. Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pelas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e as Propostas de menores preços.

25.9. Incumbirá ao Contratante divulgar o contrato administrativo e seus aditamentos no Portal Nacional de Contratações Públicas-PNCP, na forma prevista no art. 94 da Lei Federal 14.133/2021, bem como no sítio oficial da Contratante, em atenção ao caput, art. 91 da Lei Federal nº 14.133/2021 e ao §2º, do art. 8º, da Lei Federal nº 12.527/2011 e os extratos respectivos no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF.

26. GARANTIA DE EXECUÇÃO

26.1. A Contratada, no prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura do contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 2,5% (dois vírgula cinco por cento) do valor total anual para a execução dos serviços.

26.1.1. Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da Contratante, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela Contratada.

26.1.2. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos da letra "b" do subitem 30.3 deste edital.

26.1.3. O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 26.1 e 26.1.1, autoriza a Contratante a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem o art. 115, §6º da Lei Federal nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e no contrato.

26.2. Caberá à Contratada escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei Federal nº 14.133/2021:

26.2.1. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;

26.2.2. Seguro - garantia;

26.2.3. Fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil.

26.2.4. Título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

26.3. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito poderá ser feito na rede bancária, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei Federal 14.133/2021.

26.4. Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da Contratada – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;

b) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à Contratada.

26.5. Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;

b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da Contratada – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes.

c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à Contratante, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

26.6. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, podendo o respectivo contratante recusar o título ofertado, caso verifique a ausência desses requisitos;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda

26.7. A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

I) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

II) prejuízos causados à Contratante ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;

III) multas moratórias e punitivas aplicadas pela Contratante à Contratada; e

IV) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela Contratada.

26.7.1. A modalidade seguro garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 26.7.

26.8. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Contratante.

26.9. Sem prejuízo das sanções previstas em lei e no contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

26.10. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a Contratada deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da Contratante.

26.11. Se houver acréscimo ao valor do contrato, a Contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da Contratante.

26.12. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a Contratante exigirá nova garantia, escolhida pela Contratada entre as modalidades previstas na Lei Federal nº 14.133/2021.

26.13. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à Contratante no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

26.14. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da Contratada, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência do contrato, mediante certificação, pela Comissão de Execução, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

26.14.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo-IPCA apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

26.15. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a Contratante, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 26.2 deste edital.

26.15.1. Aceita pela Contratante, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

27. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

27.1. As obrigações da Contratada e do Contratante, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, conforme disposto no art.89, § 2º da Lei Federal nº 14.133/2021:

27.1.1. Constituem obrigações da Contratada, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

27.1.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

27.1.2. Centralizar o comando da publicidade da Contratante no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a Contratada poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

27.1.2.1. A Contratada deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à Contratante, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

a) 2 (dois) profissionais de atendimento, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 8 (oito) anos na área;

- b) 1(um) profissional de planejamento, com experiência, no mínimo, comprovada de 10 anos na área;
- c) 1 (um) diretor de criação, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 10 (dez) anos na área;
- d) 2 (dois) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;
- e) 2 (dois) profissionais de mídia, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 8 (oito) anos na área; e
- f) 1 (um) profissional de análise de dados (business intelligence), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área.

27.1.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela Contratante.

27.1.4. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto do contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem ao contrato, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à Contratante.

27.1.5. Evitar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à Contratante todas as vantagens obtidas.

27.1.5.1. Pertencem à Contratante todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da Contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

27.1.5.1.1. O disposto no subitem 27.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à Contratada, nos termos do art. 18 da Lei Federal nº 12.232/2010.

27.1.5.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à Contratante, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

27.1.5.3. A Contratada não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da Contratante, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

27.1.5.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 27.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da Contratada e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no contrato.

27.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 da Minuta de Contrato - Anexo V deste edital, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Contratante.

27.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à Contratante:

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

II - Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pela Contratante, aptos a fornecerem à Contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;

III - Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V - A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

VII - Para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da Contratada responsável pela documentação:

“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

27.1.7.1. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a Contratada coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da Contratante.

27.1.7.2. A Contratante procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

27.1.7.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a Contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da Contratante.

27.1.7.4. Se e quando julgar conveniente, a Contratante poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela Contratada, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

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

27.1.7.6. Cabe à Contratada informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta do Contrato - Anexo V deste edital para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

27.1.7.7. As disposições dos subitens 27.1.7 e 27.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

27.1.8. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto do contrato, à prévia e expressa anuência da Contratante.

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

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

II - Algum dirigente ou empregado da Contratada tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

27.1.9. Obter a autorização prévia da Contratante, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores,

com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com o contrato.

27.1.9.1. A Contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da Contratante, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

27.1.9.1.1. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da Contratada sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência do contrato.

27.1.9.1.2. Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a Contratada obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da Contratante em veículos de divulgação que promovam conteúdo ou atividades ilegais.

27.1.9.1.3. Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a Contratada também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, blogs, canais ou plataformas digitais, cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza fake news, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

27.1.10. Apresentar à Contratante, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5 da Minuta do Contrato - Anexo V deste edital, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

27.1.11. Apresentar à Contratante, como alternativa ao subitem 27.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5 da Minuta do Contrato - Anexo V deste edital, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

27.1.11.1. O estudo de que trata o subitem 27.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da Contratante, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a Contratada.

27.1.11.1.1. O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 27.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura do contrato.

27.1.11.1.2. Ao final do período de 12 (doze) meses, a Contratada apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

27.1.11.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 27.1.11, a Contratante poderá solicitar novo estudo à Contratada e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

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

- a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;
- b) Internet: arquivos digitais;
- c) Rádio: arquivos digitais; e
- d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

27.1.12.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da Contratante.

27.1.13. Prestar os seguintes serviços à Contratante, como resultado da concorrência que deu origem ao contrato:

- a) manutenção de acervo da propaganda da Contratante, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;
- b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

27.1.13.1. O banco de imagens será constituído e mantido pelas agências contratadas em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a Contratante a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprover.

27.1.14. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso, independentemente do disposto nos subitens 27.1.12 e 27.1.13.

27.1.15. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela Contratante.

27.1.16. Entregar à Contratante, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

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

27.1.17.1 O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela Contratada à Contratante após sua realização e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes será enviado quinzenalmente.

27.1.17.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a Contratante solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

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

27.1.19. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da Contratante, sem sua prévia e expressa autorização.

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

27.1.21. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

27.1.22. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem ao contrato, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010.

27.1.23. 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.

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

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

27.1.26. 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.

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

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

27.1.29. 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.

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

27.1.30. Responder perante a Contratante e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto do contrato.

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

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

27.1.32.1. 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 este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

27.1.33. Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato.

27.1.34. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei Federal nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto Distrital nº 44.330/2023, alterado pelo Decreto Distrital 46.308/2024.

27.2. Constituem obrigações da Contratante, além das demais previstas no contrato:

27.2.1. cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a Contratada;

27.2.2. fornecer e colocar à disposição da Contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

27.2.3. proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

27.2.4. verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela Contratada;

27.2.5. notificar, formal e tempestivamente, a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

27.2.6. notificar a Contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

27.2.7. efetuar os pagamentos à Contratada nas condições e preços pactuados.

27.3. A juízo da Contratante, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a Contratada apresentou na concorrência que deu origem ao contrato poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

27.4. A Contratante comunicará à Contratada por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

28. FISCALIZAÇÃO

28.1. A Contratante nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção.

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

28.1.2. O(s) Executor(es) titular(es) e o(s) substituto(s) ou comissão específica desempenharão as atribuições previstas nas "Normas de Planejamento, Orçamento, Finanças, Patrimônio e Contabilidade do Distrito Federal", Decreto Distrital nº 32.598, de 15 de dezembro de 2010.

28.1.3. Além das atribuições previstas no contrato e na legislação aplicável, caberá ao Executor verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela Contratada.

28.2. A fiscalização pela Contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da Contratada pela perfeita execução dos serviços objeto do contrato.

28.3. A Contratada somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da Contratante.

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

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

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

28.6. A autorização, pela Contratante, dos planos de mídia e dos serviços executados pela Contratada ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

28.7. A ausência de comunicação por parte da Contratante, referente a irregularidade ou falhas, não exime a Contratada das responsabilidades determinadas neste contrato.

28.8. 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 exigências apresentadas pela fiscalização.

28.9. 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.

28.10. À Contratante é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto do contrato, juntamente com representante credenciado pela Contratada.

28.11. A Contratante avaliará os serviços prestados pela Contratada, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

28.11.1. A avaliação será considerada pela Contratante para apurar a necessidade de solicitar das Contratadas correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela Contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

28.11.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada a comissão executora deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

29. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

29.1. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da Minuta de Contrato - Anexo V deste edital, consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item 15 deste Edital.

29.2. A forma e as condições de liquidação e pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato - Anexo V deste edital.

29.3. Antes da efetivação dos pagamentos deverá ser realizada a comprovação de regularidade das contratadas, mediante apresentação dos seguintes documentos:

29.3.1. Consulta *on-line* no cadastro das contratadas com a impressão do documento denominado "*Declaração*" o qual comprova a situação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF;

29.3.2. Prova de regularidade com a Fazenda Federal por meio da Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais, inclusive contribuições previdenciárias, e a Dívida Ativa da União, expedida pelo Ministério da Fazenda/Secretaria da Receita Federal do Brasil (Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751/2014), com jurisdição sobre o local da sede da contratada;

29.3.3. Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em plena validade;

29.3.4. Certidões Negativas de Débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado, do Distrito Federal e do Município em que estiver localizada a sede da contratada;

29.3.5. Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

30. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

30.1. Comete infração administrativa nos termos da lei, o licitante/contratado que incorrer em quaisquer das infrações previstas no art. 155 da Lei Federal nº 14.133/2021, quais sejam:

30.1.1. Dar causa à inexecução parcial do contrato;

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

30.1.3. Dar causa à inexecução total do contrato;

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

30.1.5. Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

30.1.6. Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

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

30.1.8. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a dispensa eletrônica ou a execução do contrato;

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

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

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

30.1.12. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei Federal nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

30.2. Com fulcro na Lei Federal nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou contratados as seguintes sanções:

a) advertência;

b) multa;

c) impedimento de licitar e contratar e

d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

30.2.1. Na aplicação das sanções serão considerados:

30.2.1.1. a natureza e a gravidade da infração cometida.

30.2.1.2. as peculiaridades do caso concreto.

30.2.1.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes.

30.2.1.4. os danos que dela provierem para o contratante.

30.3. O licitante/contratado que cometer qualquer das infrações discriminadas no subitem 30.1 ficará sujeito, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às seguintes sanções:

a) Advertência pela falta do subitem 30.1.1 desta Concorrência, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

b) Multa de 0,5% a 30% sobre o valor do contrato licitado ou celebrado e será aplicada ao responsável por qualquer das infrações administrativas previstas nos subitens 30.1.1 a 30.1.12;

c) Impedimento de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo que tiver aplicado a sanção, pelo prazo máximo de 3 (três) anos, nos casos dos subitens 30.1.2 a 30.1.7, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

d) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, que impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos, nos casos dos subitens 30.1.8 a 30.1.12, bem como nos demais casos que justifiquem a imposição da penalidade mais grave.

30.3.1. A sanção estabelecida na letra "d" do item 30.3 deste artigo será precedida de análise jurídica e observará a seguinte regra:

30.3.1.1. quando aplicada por órgão do Poder Executivo, será de competência exclusiva de secretário estadual e, quando aplicada por Autarquia ou Fundação, será de competência exclusiva da autoridade máxima da entidade.

30.4. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à Contratante (art. 156, §9º).

30.5. Todas as sanções previstas neste edital poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º).

30.6. Antes da aplicação da multa, será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157).

30.7. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º).

30.8. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

30.9. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei Federal nº 14.133/2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

30.10. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei Federal nº 14.133/2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei Federal nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

30.11. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art.160).

30.12. O Contratante deverá, no prazo máximo 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ele aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161).

30.13. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133, de 2021.

31. DISPOSIÇÕES FINAIS

31.1. É facultada à Comissão Especial de Contratação, 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 das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

31.2. A Comissão Especial de Contratação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (questo Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do Contratante para a execução do contrato.

31.3. A Comissão Especial de Contratação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 31.1 e 31.2 deste Edital.

31.4. Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se o Contratante tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações técnicas ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

31.4.1. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação de licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o Contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

31.5. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o Contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

31.6. 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.

31.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o Contratante comunicará os fatos verificados ao Conselho

Administrativo de Defesa Econômica do Ministério da Justiça e ao Ministério Público do Distrito Federal e Territórios, para as providências devidas.

31.8. 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 a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I do Código Penal, incluído através da Lei Federal nº 14.133/2021.

31.9. 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.

31.10. 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.

31.10.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

31.10.2. O Contratante poderá cancelar de pleno direito qualquer Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados às contratadas o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

31.11. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Especial de Contratação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

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

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

31.14. Fica proibido o uso de mão de obra infantil, sob pena de rescisão do contrato e a aplicação de multa, sem prejuízo das sanções legais cabíveis, conforme disposto na Lei Distrital nº 5.061/2013.

31.15. Nos termos da Lei Distrital nº 5.087/2013 a(s) licitante(s) vencedora(s) fica(m) obrigada(s) a comprovar mensalmente, junto ao gestor responsável pelo repasse de recurso público, a regularidade no atendimento às suas obrigações de natureza fiscal, trabalhista e previdenciária relativas aos seus empregados.

31.15.1. o não atendimento das determinações constantes no item 31.15 implica a abertura de processo administrativo para rescisão unilateral do contrato por parte da Administração Pública.

31.16. Nos termos da Lei Distrital nº 5.448/2015, fica proibido o uso ou emprego de conteúdo discriminatório, podendo sua utilização ensejar a rescisão do Contrato e aplicação de multa, sem prejuízo de outras sanções cabíveis, que:

31.16.1. Incentive a violência;

31.16.2. Seja discriminatório contra a mulher, assim entendidos quaisquer conteúdos que diminuam, mesmo que de forma indireta, metafórica ou por analogias, a capacidade laborativa, intelectual ou qualquer outra esfera de vida da mulher;

31.16.3. Incentive a violência contra a mulher, seja por apologia a quaisquer tipos de violência doméstica tipificadas pela Lei Maria da Penha, ou ainda violência sexuais, institucionais, ou qualquer violência fundada na condição de mulher;

31.16.4. Exponha a mulher a constrangimento ou incentive ou explore o corpo da mulher de forma objetificada;

31.16.5. Seja homofóbico, racista e sexista;

31.16.6. Incentive a violência contra as mulheres de povos e comunidades tradicionais, negras, indígenas, ciganas, quilombos, transexuais, travestis e transgênero; por orientação sexual e de gênero e por crença;

31.16.7. Represente qualquer tipo de discriminação, especialmente voltados contra minorias em condições de vulnerabilidade.

31.17. Na execução dos serviços, a contratada deverá utilizar as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei Federal nº 14.133/2021 e na Lei Distrital nº 4.770/2012.

31.18. As empresas vencedoras de processos licitatórios, como condição para assinatura de contrato, deverão comprovar ou assumir o compromisso de adotar mecanismos para garantir a equidade salarial entre homens e mulheres com o mesmo cargo, atribuições e tempo de serviço, e com grau de instrução igual ou equivalente, de acordo com a Lei Distrital nº 6.679, de 24 de setembro de 2020.

31.19. Nos termos da Lei Distrital nº 6.128/2018, no que couber, fica reservado o percentual de 2% das vagas de trabalho contidas no Projeto Básico, Anexo I deste Edital, para pessoas em situação de rua.

31.19.1. A licitante vencedora deverá informar que responde pela pauta da assistência social a oferta de vagas previstas.

31.19.2. Ficam excetuadas as empresas que exploram serviços de vigilância e de transporte de valores.

31.20. A(s) empresa(s) contratada(s) deverá(ão) observar as diretrizes referentes às medidas de prevenção e apuração de denúncias de assédio moral ou sexual, conforme estabelecido no Decreto Distrital nº 46.174, de 22 de agosto de 2024;

31.21. É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela Contratada, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na Contratante, nos termos do Decreto Distrital nº 32.751/2011, alterado pelo Decreto Distrital nº 39.873/2019.

31.22. Por força do disposto no art. 6º, do Decreto Distrital nº 32.767/2011, os pagamentos de valores iguais ou superiores a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) serão feitos, exclusivamente, mediante crédito em conta corrente, em nome do beneficiário, junto ao Banco de Brasília S/A – BRB, respeitadas as exceções estabelecidas no mesmo dispositivo legal.

31.23. Por força do disposto no art. 1º, da Lei Distrital nº 5.575, de 18 de dezembro de 2015 e do que dispõe o art. 33 do Decreto Distrital nº 32.598, de 15 de dezembro de 2010, as súmulas (extratos) dos contratos e dos aditivos pertinentes a esta licitação serão publicados no Portal da Transparência do Distrito Federal e no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF.

31.24. Fica vedada a destinação de recursos para atender despesas com pagamento, a qualquer título, a empresas privadas que tenham em seu quadro diretivo servidor público da ativa, empregado de empresa pública ou de sociedade de economia mista, conforme estabelecido na LDO-2025 (letra "g" do inciso I do art. 23 da Lei Distrital nº 7.549, de 30 de julho de 2024).

31.25. É obrigatório o cadastramento dos contratos administrativos, bem como os respectivos termos aditivos, apostilamentos e termos de rescisão no Sistema de Gestão de Contratos - e-ContratosDF, nos termos art. 5º do Decreto Distrital nº 44.162, de 25 de janeiro de 2023.

31.25.1. Fica vedada a execução da despesa que não obedecer ao disposto no subitem 31.25.

31.26. É vedado ao Contratado contratar cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente do órgão ou entidade contratante ou de agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato (§ único do art. 48 da Lei Federal n.º 14.133/2021).

31.27. Fica vedada a subcontratação de pessoa física ou jurídica, se aquela ou os dirigentes desta mantiverem vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou se deles forem cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral, ou por afinidade, até o terceiro grau (§ 3º do art. 48 da Lei Federal n.º 14.133/2021).

31.28. Os prazos previstos neste Edital serão contados com exclusão do dia do começo e inclusão do dia do vencimento e observarão as seguintes disposições:

31.28.1. Os prazos expressos em dias corridos serão computados de modo contínuo;

31.28.2. Os prazos expressos em meses ou anos serão computados de data a data;

31.28.3. Nos prazos expressos em dias úteis, serão computados somente os dias em que ocorrer expediente administrativo na SECOM/DF.

31.28.4. Considera-se dia do começo do prazo:

31.28.4.1. O primeiro dia útil seguinte ao da disponibilização da informação na internet;

31.28.4.2. A data de juntada aos autos do aviso de recebimento, quando a notificação for pelos correios.

31.24.5. Considera-se prorrogado o prazo até o primeiro dia útil seguinte se o vencimento cair em dia em que não houver expediente, se o expediente for encerrado antes da hora normal ou se houver indisponibilidade da comunicação eletrônica.

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

31.29. Correrão por conta do CONTRATANTE as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF, na forma prevista art. 89 da Lei Federal nº 14.133/2021.

31.30. A Contratada deverá observar a disposição da Lei Geral de Proteção de Dados-LGPD, comprometendo-se a manter sigilo e confidencialidade de todas as informações em especial os dados pessoais e os dados pessoais sensíveis repassados em decorrência da execução do contrato.

31.30.1. A contratada deverá ter ciência da existência da Lei Geral de Proteção de Dados-LGPD e, se compromete a adequar todos os procedimentos internos ao disposto na legislação, com intuito de proteção dos dados pessoais repassados.

31.31. Justifica-se a não utilização de catálogo eletrônico de padronização do executivo federal, em atendimento ao art. 19 § 2º e art. 40 da Lei Federal n.º 14.133/2021, visto que, em consulta ao link do PNCP: <https://www.gov.br/pncp/pt-br/catalogo-eletronico-de-padronizacao/catalogo-eletronico-de-padronizacao>, verificamos que não consta objeto inerente a presente contratação. Atualmente o catálogo disponibiliza para consulta somente os itens de água mineral natural sem gás, café e açúcar. Vale ressaltar também que, até a presente data, a Secretaria de Economia do Distrito Federal-SEEC/DF ainda não criou o catálogo eletrônico de padronização de compras e serviços como é exigido no inciso II do art. 36 do Decreto Distrital n.º 44.330/2023.

31.32. As Contratadas, a partir da celebração do contrato, deverá(ão) comprovar que têm implantado o Programa de Integridade no âmbito de sua(s) pessoa(s) jurídica(s), conforme disposto na Lei Distrital n.º 6.112/2018, com a redação alterada pela Lei Distrital n.º 6.308/2019.

31.32.1. Os custos e despesas com a implantação e manutenção do Programa de Integridade ficam a cargo da(s) pessoa(s) jurídica(s) contratada(s), não cabendo ao órgão ou entidade contratante o seu ressarcimento.

31.33. Havendo irregularidades neste instrumento, entre em contato com a Ouvidoria de Combate a Corrupção coordenada pela Controladoria Geral do Distrito Federal, por meio do Telefone: 0800-6449060. (Decreto Distrital n.º 34.031/2012).

31.34. Fica eleito o Foro de Brasília - Distrito Federal, para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação, conforme art. 92, §1º, da Lei Federal nº 14.133/2021.

31.35. Integram este Edital os seguintes Anexos:

a) Anexo I: Projeto Básico;

b) Anexo II: Briefing;

c) Anexo III: Modelo de Procuração;

d) Anexo IV: Modelo de Proposta de Preços;

f) Anexo V: Minuta de Contrato.

g) Anexo VI: Estudo Técnico Preliminar - ETP

Brasília/DF, 23 de setembro de 2025.

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º: 90001/2025-SECOM/DF

PROCESSO SEI N.º: 00055-00004776/2025-48

ANEXO I DO EDITAL - PROJETO BÁSICO

1. OBJETO

1.1. O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de 02 (duas) agências de propaganda, 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 e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e as ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, os quais estejam relacionados à execução do contrato;

b) à produção e à execução técnica das peças, materiais e projetos publicitários de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato.

c) à produção de conteúdo, à criação e à execução técnica de ações e peças de comunicação para os canais digitais; e

d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.

1.1.2. A contratação dos serviços, elencados no subitem 1.1, 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, informar e orientar o público em geral.

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

1.1.4. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

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

1.1.5. Os serviços previstos no subitem 1.1 e 1.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de pesquisa de opinião pública, de relações públicas, e de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.1.5.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de comunicação e divulgação.

1.2. Para a prestação dos serviços serão contratadas 02 (duas) agências de propaganda, doravante denominadas agência, licitante ou contratada.

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

1.2.2. As agências atuarão por ordem e conta do DETRAN/DF, 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 de que trata o subitem 1.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.2.3. As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1.

1.2.4. As agências atuarão de acordo com solicitação do contratante, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1.

1.2.5. Para a execução dos serviços, o contratante instituirá procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela Administração e publicada na imprensa oficial, conforme o art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010.

2. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO E LEGISLAÇÃO

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

2.2. De acordo com o art. 37 da Constituição Federal, o DETRAN/DF 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...".

2.3. Suas ações de comunicação publicitária devem ser desenvolvidas e executadas com o objetivo de:

- Dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas da Administração Pública;
- Divulgar os direitos do cidadão e os serviços colocados à sua disposição;
- Estimular a participação social na formulação de políticas públicas;
- Disseminar informações de interesse público aos diversos segmentos sociais.

2.4. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que regula as contratações de serviços publicitários no âmbito da Administração Pública, aplicando-se de forma complementar as disposições da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, que disciplina o exercício das atividades publicitárias, bem como da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, que estabelece normas gerais de licitação e contratação para a Administração Pública.

2.5. Aplicam-se ainda, no que couber:

- A Instrução Normativa SECOM/PR n.º 1, de 15 de março de 2023, que dispõe sobre os procedimentos e a governança das ações de publicidade

no âmbito do Poder Executivo Federal;

- A Instrução Normativa SEGES/MGI n.º 12, de 10 de julho de 2023, que trata das regras gerais de elaboração dos artefatos de contratação pública;
- A Lei Distrital n.º 3.184/2003, que disciplina os limites de gastos com publicidade no Distrito Federal;
- O Decreto Distrital n.º 36.451/2015, que regulamenta a execução de ações de publicidade e patrocínio no âmbito do Governo do Distrito Federal;
- O Decreto Distrital n.º 44.330/2023, que regulamenta a aplicação da Lei n.º 14.133/2021 no âmbito do Distrito Federal;

3. VALOR CONTRATUAL, RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E VIGÊNCIA

3.1. Valor Contratual: R\$ 38.000.000,00 (trinta e oito milhões de reais)

3.2. A totalidade do recurso para a contratação estará consignado no Plano Anual de Contratações, que consta na Lei Orçamentária Anual e já solicitados para a PLOA 2026.

3.3. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 consta da Lei Orçamentária Anual – 2025, a saber:

- Unidade Gestora: 220201 - DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO DO DF - DETRAN-DF
- Programas de Trabalho: 06.131.6217.8505.0958 e 06.131.6217.8505.8749
- Elemento de Despesa: PUBLICIDADE E PROPAGANDA-UTILIDADE PÚBLICA - DETRAN/DF-DISTRITO FEDERAL.
- Fonte de Recursos: 237

- Unidade Gestora: 220201 - DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO DO DF - DETRAN-DF
- Programas de Trabalho: 06.131.6217.8505.0958 e 06.131.6217.8505.8749
- Elemento de Despesa: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - DETRAN/DF-DISTRITO FEDERAL.
- Fonte de Recursos: 237

3.4. O contrato deverá ter duração inicial de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, no interesse da Administração e mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 107 da Lei n.º 14.133, respeitando a vigência máxima decenal, desde que cumpridas todas as exigências no art. 107 desta Lei.

3.5. Art. 107. Os contratos de serviços e fornecimentos contínuos poderão ser prorrogados sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, desde que haja previsão em edital e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

4. APÊNDICES

4.1. Integram este Projeto Básico os seguintes Apêndices:

- Apêndice 1: Apresentação da Proposta Técnica e Julgamento das Propostas Técnicas;
- Apêndice 2: Apresentação e Julgamento da proposta de preços;
- Apêndice 3: Apresentação e Julgamento dos Documentos de Habilitação.

APÊNDICE 1:

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

1.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

1.1.2. A proposta técnica será apresentada em três vias distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante;

1.1.3 O Plano de Comunicação será apresentado em duas vias, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

1.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;
- conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 1.2.2 deste Edital;

- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3 deste Edital;
- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.

1.2.1. As especificações do subitem 1.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.6 deste Edital.

1.2.2. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;
 - c2) impressas na orientação paisagem.

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

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

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

1.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 1.2 deste Edital.

1.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 1.1.1.2 e 1.2.1 e no subitem 1.2.1.1 deste Edital.

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

1.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas. Ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

1.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 1.1.1.2 e 1.2.1 e no subitem 1.2.1.1 deste Edital.

1.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

1.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 1.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 1.2, no que couber.

1.3 A. licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo II), observadas as seguintes orientações:

1.3.1. Subquesto 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
- d) das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para solucionar esse desafio.

1.3.2. Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

1.3.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;
- b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3 deste Edital.

1.3.3.1. A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

1.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 1.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

1.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem

1.3.3. estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a

forma de:

- a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
- d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

1.3.3.3.1. 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 *passe-partout*, observado o disposto no subitem 1.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

1.3.3.3.2. Na elaboração de 'monstro' ou leiaute 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.

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

1.3.3.3.4. O 'monstro' ou leiaute eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

1.3.3.3.4.1. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) 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.

1.3.3.3.5. 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.

1.3.3.3.6. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

1.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), 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.

1.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea 'd' do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

1.3.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

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

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

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

IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

1.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

1.3.4.2. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação;
- c) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia;
- d) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em plataformas digitais de comunicação, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia ou, inexistindo essa, os preços simulados pelas plataformas;
- e) os valores absolutos e percentuais alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.
- i) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia.

1.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do 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 art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

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

f) deverá ser observado o disposto no § 9 do artigo 149 da Lei Orgânica do Distrito Federal

1.3.4.3.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 1.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

1.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

1.5. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

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

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

1.7. Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.7.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.8. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

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

1.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01 de janeiro de 2014

1.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.7 ou ser apresentadas soltas.

1.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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

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

1.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

1.9. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.9.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.10. A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

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

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

1.10.1. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

1.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2014

1.10.3. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

11.10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

2.1. A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

2.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

2.2.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE 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 pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

2.2.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.
- g) coerência entre as ações propostas e a verba disponível
- h) elaboração do conceito e definição da estratégia em respeito ao caráter institucional da comunicação pretendida.

2.2.1.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, 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;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.
- h) qualidade artística e técnica das apresentações

2.2.1.4. Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) capacidade de sustentação da campanha (consistência do plano em relação ao público-alvo), e consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- 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 do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia, e grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.2.2. Quesito 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 em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante;
- e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE.

2.2.3. Quesito 3 - Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;

- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.
d) criatividade do conjunto de elementos do projeto técnico e do material apresentado

2.2.4 Quesito 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 complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

2.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

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

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

Quesito	Subquesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	PONTUAÇÃO QUESITO
Quesito 1 Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico (1)	5	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação	1,25
			b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;	1,25
			c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	1,25
			d) das necessidades de comunicação do CONTRATANTE para solucionar esse desafio.	1,25
	Estratégia de Comunicação Publicitária (2)	20	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;	2,5
			b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	2,5
			c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do CONTRATANTE com seus públicos;	2,5
			d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	2,5
			e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,5
			f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.	2,5
			g) coerência entre as ações propostas e a verba disponível	2,5
			h) elaboração do conceito e definição da estratégia em respeito ao caráter institucional da comunicação pretendida.	2,5
	Ideia Criativa (3)	20	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;	2,5
			b) a pertinência da solução criativa com a natureza do CONTRATANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,5
			c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;	2,5
			d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	2,5
			e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	2,5
			f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	2,5
			g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	2,5
			h) qualidade artística e técnica das apresentações	2,5
Estratégia de Mídia e Não Mídia (4)	10	a) capacidade de sustentação da campanha (consistência do plano em relação ao público-alvo), e consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	2,5	
		b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,5	
		c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	2,5	
		d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia, e grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	2,5	
Quesito 2 - Capacidade de Atendimento (*)	25	a) o porte e a tradição dos clientes, como Contratantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;	5,0	
		b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do CONTRATANTE;	5,0	
		c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do CONTRATANTE na execução do contrato;	5,0	
		d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante;	5,0	
		e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE.	5,0	

Quesito 3 - Repertório	10	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;	2,5
		b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;	2,5
		c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças	2,5
		d) criatividade do conjunto de elementos do projeto técnico e do material apresentado	2,5
Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;	2,5
		b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;	2,5
		c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;	2,5
		d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante	2,5

OBS: Para efeito de aferição da nota nos seguintes quesitos e subquesitos abaixo, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação: Quando a nota máxima do subitem for 5: 0,0 (nulo); 1,0 (insuficiente); 2,5 (médio inferior); 3,5 (médio superior); 5,0 (superior); Quando a nota máxima do subitem for 2,5: 0,0 (nulo); 0,5 (insuficiente); 1,25 (médio inferior); 1,5 (médio superior); 2,5 (superior); Quando a nota máxima do subitem for 1,25: 0,0 (nulo); 0,5 (insuficiente); 0,75 (médio inferior); 1,0 (médio superior); 1,25 (superior).
 (*) A aferição acima não se aplica ao Quesito 2: Capacidade de Atendimento.

2.3.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 1.8.1 e 1.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 2.3.2 deste Edital.

2.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

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

2.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

2.3.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.4. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as duas agências com as maiores pontuações, observado o disposto no subitem 2.5 deste Edital.

2.5. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) 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;

b) não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.5.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 do Edital.

2.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das duas licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 23.3 do edital ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Contratação, cuja data será divulgada na forma do item 21 do edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

APÊNDICE 2:

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

1.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo IV e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.2 Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo IV, ressalvado que, nos termos do, Art. 36 e 37 da Lei 14.133/2021.

1.2.1 A contratada não fará jus ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados, não serão aceitos:

a) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.

b) percentual de honorários superior a 3% (três por extenso por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato

II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

c) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

1.3. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de no mínimo 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

1.3.1. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Contratação considerará o preço por extenso.

1.3.1.1. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

2.1. As Propostas de Preços das 2 (duas) licitantes mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no item 1 deste Termo.

2.2. Comissão Especial de Contratação abrirá negociação com as 2 (duas) empresas mais bem classificadas na fase de julgamento final das propostas técnicas objetivando alcançar condições mais vantajosas para a Administração, conforme previsão contida no art. 61 da Lei Federal nº 14.133/2021;

2.2.1. adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, a negociação poderá ser feita com os demais licitantes, segundo a ordem de classificação inicialmente estabelecida, quando o primeiro colocado, mesmo após a negociação, for desclassificado em razão de sua proposta permanecer acima dos percentuais de honorários definidos na letras "a", "b" e "c" do subitem 1.2.1 deste Termo, nos termos do § 1º do art. 61 da Lei Federal nº 14.133/2021.

2.2.2. a ausência do licitante na terceira sessão implica na sua renúncia ao eventual direito de negociar sua proposta de preços, caso seja convocado para tal;

2.2.3. A negociação, depois de concluída, as 2 (duas) empresas mais bem classificadas no julgamento técnico deverão ter apresentado os mesmos percentuais de honorários definidos na letras "a", "b" e "c" do subitem 1.2.1 deste Termo.

3. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

3.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo Melhor Técnica.

3.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei Federal nº 14.133/2021, para o critério de julgamento Melhor Técnica.

3.2. Serão consideradas vencedoras do julgamento final desta concorrência:

3.2.1. As 2 (duas) licitantes que tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, que apresentarem proposta de preços nos termos do item 15 deste edital e sido devidamente habilitadas nos termos do item 19 deste edital.

APÊNDICE 3:

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

1. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

1.1. Os Documentos de Habilitação, a serem apresentados pelas 2 (duas) licitantes mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas e de Preços, deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - em via original; ou

II - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III - em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Especial de Contratação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

1.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Apêndice.

1.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Contratação.

1.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista dos subitens a seguir:

1.2.1. Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar 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;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

1.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;

b) inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) regularidade perante as Fazendas federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

f) regularidade perante a Justiça do Trabalho;

1.2.2.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade

suspensa.

1.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

1.2.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

1.2.3 Qualificação Técnica:

a) ao menos uma declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 1.1 do Projeto Básico;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Contratação

1.2.4. Qualificação Econômico-financeira

a) certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante, dentro do prazo de validade, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

b) balanço patrimonial, demonstrações de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no § 6º do art. 69 da Lei nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

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 quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

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

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

1.2.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

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

a) do balanço referido na alínea ‘b’ do subitem 1.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

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

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

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

b) do balanço referido no subitem 18.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = 1(um)):

S =	Ativo Total
	Passivo Exigível Total

1.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

1.2.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 1.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 5% (cinco por cento) do valor estipulado no subitem 3.1 do Projeto Básico.

1.2.5 Declarações:

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:

À

Comissão Especial de Contratação

Referente Concorrência Presencial nº 90002/2025-SECOM/DF

<nome da licitante, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____/_____, inscrito(a) no CPF sob o nº _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

<se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:>

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

<local e data>

<representante legal da licitante

b) declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009:

À

Comissão Especial de Contratação

Referente Concorrência Presencial nº 90002/2025-SECOM/DF

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante, doravante denominada <nome de fantasia>, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 1.2.5 do Apêndice 4, 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 <nome da licitante>, e que 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, 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 do DETRAN-DF, 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.

<local e data>

<representante legal da licitante

1.3. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

1.4. A inscrição no sistema de registro cadastral unificado disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), a que se referem os arts. 87 e 88 da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 1.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao contratante a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

1.5. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, apenas deverá apresentar:

a) ao menos uma declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 1.1 do Projeto Básico;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas 'b', 'b1' e 'b2' do subitem 1.2.3;

c) comprovação de que possui, no mínimo, capital social ou patrimônio líquido equivalente a 10% (dez por cento) do valor estipulado no subitem 3.1 do Edital, se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta on-line a que se refere o subitem 2.2 – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);

d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.2.5.

1.5.1 Se as informações referentes ao capital social ou patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 1.5 não estiverem disponíveis no SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea 'b' do subitem 1.2.4 ou, se for o caso, a alínea 'b' do subitem 1.2.4.1.

1.5.2 À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do SICAF.

2. JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

2.1. A Comissão Especial de Contratação analisará os Documentos de Habilitação das 2 (duas) licitantes mais bem classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e das Declarações Quanto à Remuneração das Contratadas e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 1.

2.2. Em complemento à análise dos documentos das licitantes que optaram por realizar sua habilitação conforme previsto no subitem 1.5, serão realizadas consultas on-line no SICAF, com vistas a verificar a conformidade dos documentos de habilitação, cuja consulta será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021 e da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023.

2.2.1. A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão Especial de Contratação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

2.3. Para a análise da habilitação das licitantes, serão realizadas consultas aos cadastros oficiais pertinentes, em conformidade com o art. 63 da Lei Federal nº 14.133/2021 e com os princípios da moralidade e da legalidade. Serão verificados: o Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), conforme disposto no art. 6º, inciso III da Lei nº 10.522/2002; o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), mantido no Portal da Transparência da Controladoria-Geral da União (CGU); e o Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ). Tais consultas têm por finalidade aferir a regularidade e a idoneidade jurídica das licitantes, em consonância com os critérios legais e com o entendimento consolidado pelo Tribunal de Contas da União, conforme Acórdão nº 1793/2011 – Plenário.

2.4. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Contratação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º: 90001/2025-SECOM/DF

PROCESSO SEI N.º: 00055-00004776/2025-48

ANEXO II DO EDITAL - BRIEFING

1. Contextualização Institucional

O Departamento de Trânsito do Distrito Federal – Detran-DF é uma autarquia vinculada à Secretaria de Estado da Segurança Pública do Distrito Federal, instituída pelo Decreto-Lei nº 315, de 13 de março de 1967. Sua missão é promover segurança, educação, fiscalização e fluidez do trânsito no DF, contribuindo para a mobilidade urbana e a qualidade de vida dos cidadãos.

O Detran-DF possui unidades de atendimento distribuídas pela 913 Sul, Aeroporto e diversas Regiões Administrativas — Brazlândia, Gama, Paranoá, Planaltina, Recanto das Emas, Sobradinho, Taguatinga — além das seis unidades “Na Hora”. Conforme registros recentes, a frota de veículos em circulação no DF ultrapassa 2 milhões de unidades, com crescimento constante.

2. Situação Atual do Trânsito no DF – Dados Relevantes

- **Mortes por atropelamento:** 36 mortes de pedestres no 1º semestre de 2025, 16% a menos que no mesmo período de 2024 (43 mortes).
 - **Acidentes totais:** 6.966 colisões atendidas pelo Corpo de Bombeiros entre janeiro e agosto de 2025.*
 - **Sinistros fatais:** 149 mortes em acidentes de trânsito de janeiro a julho de 2025, aumento de cerca de 15% em relação ao mesmo período de 2024 (129 mortes).
 - **Redução em vias urbanas perigosas:** queda de 58% em sinistros fatais entre 2015 e 2024 em cinco vias com histórico crítico. Algumas chegaram a zerar mortes em 2025.
 - **Rodovias críticas:** DF-001, BR-020 e DF-003 seguem como áreas com maior número de ocorrências fatais.
- Esses dados revelam que, apesar de avanços em educação e fiscalização, há desafios persistentes, especialmente fora das vias urbanas principais e em áreas com menor infraestrutura.

3. Painel de Dados Complementares

Tema	Informação
Número de faixas de pedestre	Cerca de 4.491 em vias urbanas (jan-set 2025)
Faixas revitalizadas/implantadas	3.686 revitalizadas em 2024, 2500 em 2025 (jan-set)
Autuações por desrespeito à faixa	8.421 (2024) e 8.655 (jan-ago 2025)
Frota por tipo (ago 2025)	Total: 2.148.940 (Automóveis: 1.419.300; Motos: 287.112)
Perfil da frota	62% com 10 anos ou mais de uso*
Sinistros fatais históricos	1.438 mortes entre 2020-2025 (jan-ago)
Internações hospitalares (2024)	4.182 vítimas; tempo médio: 7,1 dias*
Faixa etária mais atingida	49% entre 20-39 anos; 78% são homens*
Pedestres entre as vítimas	16% das internações*

4. Integração ao Contexto da Faixa de Pedestres

A Capital Federal foi pioneira na promoção da cultura de respeito ao pedestre, com a campanha “Paz no Trânsito” (1997) e o gesto

conhecido como “Sinal de Vida”. Em 2024, 98,8% das mortes por atropelamento ocorreram fora da faixa, confirmando que a travessia adequada salva vidas. A redução de fatalidades em algumas vias mostra que campanhas educativas, combinadas com intervenções de engenharia e fiscalização, têm efeito positivo.

5. Justificativa da Ação de Comunicação

Diante do aumento de sinistros em 2025, especialmente em vias não urbanizadas, e da permanência de comportamentos de risco por pedestres e condutores, justifica-se uma campanha ampla para reforçar os valores de respeito à vida e à cidadania.

6. Objetivos da Comunicação

Geral: Promover a valorização da faixa de pedestres como símbolo de cidadania e segurança, estimulando seu uso correto e o respeito por parte dos condutores.

Específicos: - Conscientizar sobre o “Sinal de Vida” e a prioridade do pedestre; - Alertar sobre as penalidades legais (Art. 214, CTB); - Envolver a população economicamente ativa (20-39 anos); - Valorizar a cultura brasileira de respeito à faixa; - Incentivar atravessias seguras, especialmente em áreas de risco.

7. Público-Alvo

- **Primário:** Condutores e pedestres
- **Secundário:** Famílias, jovens, comunidade escolar, formadores de opinião

8. Abrangência e Veiculação

- **Praça:** Distrito Federal e Entorno
- **Período:** Abril de 2026 (1 mês)
- **Verba estimada:** R\$ 4.000.000,00 (produção e mídia)

9. Canais Institucionais Disponíveis

- Facebook (Detran-DF)
- Instagram (@detrandficial)
- YouTube (canal oficial)
- Site institucional (www.detran.df.gov.br)

10. Diretrizes para a Agência

A proposta criativa deverá: - Ressaltar o orgulho da população pela faixa de pedestres; - Utilizar linguagem acessível e empática; - Incluir elementos de dados estatísticos para credibilidade; - Ser multiplataforma e adaptada a diferentes públicos e regiões; - Valorizar resultados positivos sem desconsiderar os desafios persistentes.

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º: 90001/2025-SECOM/DF

PROCESSO SEI N.º: 00055-00004776/2025-48

ANEXO III DO EDITAL - MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

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

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na **Concorrência Presencial n.º 90001/2025 - SECOM/DF.**

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, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

local e data

<nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais>

Observação: 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.

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º: 90001/2025-SECOM/DF

ANEXO IV DO EDITAL - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

(Papel timbrado da empresa)

À

SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL-SECOM/DF

Edifício Anexo do Palácio do Buriti, 14º andar, sala 1405 - CEP: 70.308-200-Brasília-DF.

Apresentamos proposta de preços acordo com as especificações, condições e prazos estabelecidos no edital da **Concorrência Presencial n.º: 90001/2025-SECOM/DF**, cujo objeto é a contratação de serviços de publicidade para o Departamento de Trânsito do Distrito Federal - DETRAN/DF, dos quais nos comprometemos a cumprir integralmente.

Processo SEI n.º 00055-00004776/2025-48.

PROPOSTA DE PREÇOS

1. Preços sujeitos a valoração:

1.1. Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) Percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680, de 1965.

b) Percentual de honorários superior a 3% (três por extenso por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato

II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

c) Percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

1.2. Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3. O prazo de validade desta Proposta de Preços é de (por extenso) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

2. Outras declarações:

2.1. Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato - Anexo V do Edital).

2.2. Estamos cientes de que o Contratante, procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3. Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao Contratante, todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4. Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do Contratante, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato - Anexo V do edital.

2.5. Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência presencial em referência.

3. Por fim, informamos os seguintes dados:

Razão social:

Endereço completo:

CEP:

CNPJ:

Inscrição Estadual ou Municipal:

Banco/N.º do Banco/Agência/Conta bancária:

E-mail:

Telefone:

local e data

Razão social da licitante, nome, cargo e assinatura do(s) representante(s) legal(is)

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º: 90001/2025-SECOM/DF

PROCESSO SEI N.º: 00055-00004776/2025-48

ANEXO V DO EDITAL - MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE N.º ____ / ____ -DETRAN/DF QUE, ENTRE SI, FAZEM O DISTRITO FEDERAL, POR INTERMÉDIO DO DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO O DISTRITO FEDERAL, POR E A EMPRESA

O DISTRITO FEDERAL, por intermédio do Departamento de Trânsito do Distrito Federal - DETRAN/DF, CNPJ n.º _____, sediado _____, doravante designado CONTRATANTE, neste ato representada pelo Senhor _____, CPF n.º _____, na qualidade de _____, residente e domiciliado nesta cidade, de acordo com a competência prevista nas Normas de Planejamento, Orçamento, Finanças, Patrimônio e Contabilidade do Distrito Federal, e a empresa _____, CNPJ n.º _____, estabelecida no _____, doravante denominada CONTRATADA, neste ato representada por _____, portador da Carteira de Identidade n.º _____ e do CPF sob o n.º _____, residente e domiciliado em _____, têm, entre si, acordado os termos deste contrato, objeto da **Concorrência Presencial n.º 90001/2025-SECOM/DF**, Processo SEI n.º 00055-00004776/2025-48, mediante as CLÁUSULAS, termos e condições a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA - REGIME DE EXECUÇÃO, LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. Os serviços do presente contrato serão realizados na forma de execução indireta e reger-se-á pelas disposições da Lei Federal n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, a Lei Federal n.º 4.680, de 18 de junho de 1965, a Lei Federal n.º 14.133, de 1º de abril de 2021, o Decreto Federal n.º 57.690, de 1º de fevereiro de 1966 e suas alterações, o Decreto Distrital n.º 44.330, de 16 de março de 2023, o Decreto Distrital n.º 38.934, de 15 de março de 2018, a Instrução Normativa - SEGES/MPOG n.º 5, de 25 de maio de 2017, e no que couber, a Instrução Normativa n.º 1-SECOM/PR, de 19 de junho de 2023.

1.1.1. Aplicam-se também a este contrato as disposições da Lei Distrital n.º 3.184, de 29 de agosto de 2003, e Decreto Distrital n.º 36.451/2015, de 15 de abril de 2015 e alterações posteriores e no que couber, a Portaria-SECOM/DF n.º 9, de 01 de abril de 2019.

1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato – e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência Presencial n.º 90001/2025-SECOM/DF e seus anexos (ID SEI n.º _____), o Projeto Básico (ID SEI n.º _____), as Propostas Técnicas (ID SEI n.º _____), a Proposta de Preços (ID SEI n.º _____) e os documentos de habilitação (ID SEI n.º _____), bem como os demais documentos que tenham servido de base para o julgamento do certame supracitado.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceitualização, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias da Contratante junto a públicos de interesse.

2.1.1. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do presente contrato;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do presente contrato;
- c) a produção de conteúdo, a criação e execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e
- d) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, 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.

2.1.1.2. O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘b’ do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

2.2 A Contratada atuará por ordem e conta da Contratante, em conformidade com o art. 3º da Lei Federal n.º 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3. A Contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

2.4. A Contratada atuará de acordo com solicitação da Contratante, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame que deu origem a este contrato, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

2.5 A Contratante procederá, na forma estipulada pela Portaria n.º 9, de 1º de abril de 2019, publicada no DODF n.º 61, de 1º de abril de 2019, pág. 29, ou em legislação própria, a seleção interna das agências contratadas para a execução de suas ações de publicidade.

2.6. Os serviços serão solicitados à Contratada de modo a garantir que o valor efetivamente realizado por ela, na vigência inicial de 12 (doze) meses deste contrato e possíveis prorrogações, não seja inferior a 37,5% (trinta e sete, vírgula cinco por cento) e ultrapassar 62,5% (sessenta e dois, vírgula cinco por cento) do total executado pelas 02 (duas) agências contratadas como resultado da concorrência que deu origem a este ajuste.

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, a contar de ____/____/____, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, respeitando a vigência máxima decenal, desde que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração.

3.1.1. A Contratante poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

3.1.1.1. A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da Contratada, a ser efetuada pela Contratante.

CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. O valor total anula deste contrato, decorrente da Concorrência Presencial nº 90001/2025-SECOM/DF, que deu origem a este instrumento, está estimado em R\$ _____ (_____), pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 consta da Lei Orçamentária Anual - ano da LOA, nas seguintes funcionais programáticas:

a) Unidade Gestora: _____.

b) Programas de Trabalho: _____.

c) Elemento de Despesa: _____.

d) Fonte de Recursos: _____.

4.3. Se a Contratante optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3.1. Na prorrogação, a Contratante poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a Contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.

4.3.2. A Contratante poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a Contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4.4. A Contratante se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4.5. No interesse da Contratante, a Contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, conforme disposto nos do art. 125 e 126 da Lei Federal nº 14.133/2021.

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da Contratada, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

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

5.1.2. Centralizar o comando da publicidade da Contratante no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a Contratada poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1. A Contratada deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à Contratante, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

a) 2 (dois) profissionais de atendimento, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 8 (oito) anos na área;

b) 1 (um) profissional de planejamento, com experiência, no mínimo, comprovada de 10 anos na área;

c) 1 (um) diretor de criação, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 10 (dez) anos na área;

d) 2 (dois) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;

e) 2 (dois) profissionais de mídia, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 8 (oito) anos na área; e

f) 1 (um) profissional de análise de dados (business intelligence), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área.

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

5.1.4. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à Contratante.

5.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à Contratante todas as vantagens obtidas.

5.1.5.1. Pertencem à Contratante todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da Contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.1.5.1.1. O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à Contratada, nos termos do art. 18 da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.1.5.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à Contratante, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.5.3. A Contratada não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da Contratante, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.5.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da Contratada e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Contratante.

5.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à Contratante:

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

II - Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pela Contratante, aptos a fornecerem à Contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento

pretendido;

IV - Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V - A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

VII - Para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da Contratada responsável pela documentação:

“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

5.1.7.1. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a Contratada coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da Contratante.

5.1.7.2. A Contratante procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

5.1.7.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a Contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da Contratante.

5.1.7.4. Se e quando julgar conveniente, a Contratante poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela Contratada, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

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

5.1.7.6. Cabe à Contratada informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.7.7. As disposições dos subitens 5.1.7 e 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da Contratante.

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

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

II – Algum dirigente ou empregado da Contratada tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9. Obter a autorização prévia da Contratante, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato.

5.1.9.1. A Contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da Contratante, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.9.1.1. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da Contratada sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

5.1.9.1.2. Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a Contratada obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da Contratante em veículos de divulgação que promovam conteúdo ou atividades ilegais.

5.1.9.1.3. Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a Contratada também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, blogs, canais ou plataformas digitais, cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza fake news, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

5.1.10. Apresentar à Contratante, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11. Apresentar à Contratante, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da Contratante, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a Contratada.

5.1.11.1.1. O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.11.1.2. Ao final do período de 12 (doze) meses, a Contratada apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.11.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a Contratante poderá solicitar novo estudo à Contratada e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

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

a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;

b) Internet: arquivos digitais;

c) Rádio: arquivos digitais; e

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

5.1.12.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da Contratante.

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

a) manutenção de acervo da propaganda da Contratante, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.13.1. O banco de imagens será constituído e mantido pelas agências contratadas em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a Contratante faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprovar.

5.1.14. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso, independentemente do disposto nos subitens 5.1.12 e 5.1.13.

5.1.15. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela Contratante.

5.1.16. Entregar à Contratante, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

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

5.1.17.1 O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela Contratada à Contratante após sua realização e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes será enviado quinzenalmente.

5.1.17.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a Contratante solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

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

5.1.19. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da Contratante, sem sua prévia e expressa autorização.

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

5.1.21. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

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

5.1.23. 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.

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

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

5.1.26. 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.

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

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

5.1.29. 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.

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

5.1.30. Responder perante a Contratante e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

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

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

5.1.32.1. 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 este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.33. Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

5.1.34. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei Federal nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto Distrital nº 44.330/2023, alterado pelo Decreto Distrital 46.308/2024.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. Constituem obrigações da Contratante, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a Contratada;
- b) fornecer e colocar à disposição da Contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela Contratada;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a Contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- g) efetuar os pagamentos à Contratada nas condições e preços pactuados.

6.2. A juízo da Contratante a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a Contratada apresentou na concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

6.3. A Contratante comunicará à Contratada por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. A Contratante nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção.

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

7.1.2. O(s) Executor(es) titular(es) e o(s) substituto(s) ou comissão específica desempenharão as atribuições previstas nas “Normas de Planejamento, Orçamento, Finanças, Patrimônio e Contabilidade do Distrito Federal”, Decreto Distrital nº 32.598, de 15 de dezembro de 2010.

7.1.3. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao Executor verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela Contratada.

7.2. A fiscalização pela Contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da Contratada pela perfeita execução dos serviços objeto do contrato.

7.3. A Contratada somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da Contratante.

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

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

7.6. A autorização, pela Contratante, dos planos de mídia e dos serviços executados pela Contratada ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

7.7. A ausência de comunicação por parte da Contratante, referente a irregularidade ou falhas, não exime a Contratada das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.8. 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 exigências apresentadas pela fiscalização.

7.9. 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.

7.10. À Contratante é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela Contratada.

7.11. A Contratante avaliará os serviços prestados pela Contratada, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

7.11.1. A avaliação será considerada pela Contratante para: apurar a necessidade de solicitar das Contratadas correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela Contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.11.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada a comissão executora deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a Contratada será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1. Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

8.1.2. Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes:

- I) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto deste contrato.
- II) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- III) à reimpressão de peças publicitárias.

8.1.2.1. Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

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

8.3. A Contratada não fará jus:

a) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;

b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965;

c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

d) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da Contratada, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965;

e) a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela Contratante, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.4. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da Contratada, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

8.4.1. Quando houver a autorização excepcional da Contratante para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

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

8.6. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela Contratada.

8.7. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.1, 8.1.2 e 8.1.3 deste contrato serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da Contratada.

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a Contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei Federal nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto Federal nº 57.690/1966.

9.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à Contratada pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da Contratante, nos termos do art. 19 da Lei Federal nº 12.232/2010.

9.2. A Contratada repassará à Contratante 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

9.2.1. Nas veiculações realizadas no exterior, a Contratada apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos de divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

9.2.1.1. Se a Contratada fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 9.1, repassará à Contratante o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo de divulgação.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela Contratada, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente da Contratante, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

10.1.1. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2. A Contratante poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a Contratada, seus empregados e prepostos.

10.1.3. A juízo da Contratante, as peças criadas pela Contratada poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Governo do Distrito Federal, sem que caiba a eles ou à Contratante qualquer ônus perante a Contratada.

10.1.3.1. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2. Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a Contratada solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela Contratante.

10.2.1. A Contratada utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela Contratante, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2.

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

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela Contratante aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela Contratante será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

10.4. A Contratada se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7 deste contrato.

10.5. A Contratada se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à Contratante, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela Contratada ao fornecedor, sem que caiba à Contratante qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a Contratante poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da Contratada ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.5.1. Se a Contratante pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

10.6. A Contratante poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Governo do Distrito Federal. Nesses casos, quando couber, a Contratada ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à Contratante.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1. Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela Contratante, a Contratada deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da Contratante, CNPJ/MF nº _____/____-____, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta.

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação, que será emitido em nome da Contratante;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela Contratada à Contratante, no seguinte endereço: _____.

11.1.2. A Comissão executora deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela Contratada todas as condições pactuadas.

11.1.3. As notas fiscais emitidas pela Contratada devem ter a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

"Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução."

11.2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da Contratada:

I - serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

III - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a Contratada deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2. É da responsabilidade da Contratada observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à Contratante.

11.2.2.3. Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010.

11.3. O pagamento das despesas será feito de acordo com as Normas de Planejamento, Orçamento, Finanças, Patrimônio e Contabilidade do Distrito Federal, previstas no Decreto nº 32.598, de 15 de dezembro de 2010, em até 30 (trinta) dias corridos após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4. Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições dos subitens 9.2.1 e 9.2.1.1 deste contrato.

11.5. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 11.2, a Contratada fica obrigada a apresentar, sem ônus para a Contratante, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 deste contrato, perante a Contratante, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 deste contrato, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a Contratada deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a Contratada poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas na alínea 'a' deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a Contratada poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar uma foto do: (1º dia do período; metade do período e do último dia de veiculação), local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 deste contrato.

11.5.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela Contratante, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.6. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade das contratadas, mediante apresentação dos seguintes documentos:

11.6.1. Consulta *on-line* no cadastro das contratadas com a impressão do documento denominado "*Declaração*" o qual comprova a situação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF;

11.6.2. Prova de regularidade com a Fazenda Federal por meio da Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais, inclusive contribuições previdenciárias, e a Dívida Ativa da União, expedida pelo Ministério da Fazenda/Secretaria da Receita Federal do Brasil (Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751/2014), com jurisdição sobre o local da sede da contratada;

11.6.3. Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em plena validade;

11.6.4. Certidões Negativas de Débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado, do Distrito Federal e do Município em que estiver localizada a sede da contratada;

11.6.5. Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

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

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

11.8. Passados 30 (trinta) dias sem o devido pagamento por parte da Administração, a parcela devida será atualizada monetariamente, desde o vencimento da obrigação até a data do efetivo pagamento de acordo com a variação "*pro rata tempore*" do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo-IPCA apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE, nos termos do art. 3º do Decreto Distrital n.º 37.121/2016.

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

11.9. A Contratante não pagará nenhum compromisso, assumido pela Contratada, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.10. Cabe à Contratada efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 05 (cinco) dias após o recebimento da ordem bancária da Contratante, pela agência bancária pagadora.

11.10.1. A Contratada informará à Contratante os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela Contratante e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.10.1.1. Os dados e formato dos controles serão definidos pela Contratante, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da Contratante, data do pagamento da Contratada, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.10.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da Contratada, até que seja resolvida a pendência.

11.10.2.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da Contratante, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da Contratada.

11.10.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, a Contratante, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

11.10.2.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a Contratante poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela Contratada, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

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

11.11. A Contratante, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

12.1. A Contratada, no prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 2,5% (dois virgula cinco por cento) do valor total anual para a execução dos serviços, conforme valor total anual disposto no subitem 4.1 deste contrato.

12.1.1. Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da Contratante, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela Contratada.

12.1.2. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do inciso III do subitem 13.5.1 da Cláusula Décima Terceira.

12.1.3. O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 12.1 e 12.1.1, autoriza a Contratante a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem o art. 115, §6º da Lei Federal nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

12.2. Caberá à Contratada escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei Federal nº 14.133/2021:

12.2.1. Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;

12.2.2. Seguro - garantia;

12.2.3. Fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil.

12.2.4. Título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

12.3. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito poderá ser feito na rede bancária, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei Federal 14.133/2021.

12.4. Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da Contratada – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;

b) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à Contratada.

12.5. Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;

b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da Contratada – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes.

c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à Contratante, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

12.6. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, podendo o respectivo contratante recusar o título ofertado, caso verifique a ausência desses requisitos;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda

12.7. A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

I) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

II) prejuízos causados à Contratante ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;

III) multas moratórias e punitivas aplicadas pela Contratante à Contratada; e

IV) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela Contratada.

12.7.1. A modalidade seguro garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 12.7.

12.8. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Contratante.

12.9. Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

12.10. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a Contratada deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da Contratante.

12.11. Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a Contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da Contratante.

12.12. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a Contratante exigirá nova garantia, escolhida pela Contratada entre as modalidades previstas na Lei Federal nº 14.133/2021.

12.13. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à Contratante no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.14. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da Contratada, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, pela Comissão de Execução, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.14.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo-IPCA apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

12.15. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a Contratante, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2 deste contrato.

12.15.1. Aceita pela Contratante, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. Comete infração administrativa o nos termos da lei, o licitante/contratado que incorrer em quaisquer das infrações previstas no art. 155 da Lei Federal nº 14.133/2021, quais sejam:

13.1.1. Dar causa à inexecução parcial do contrato;

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

13.1.3. Dar causa à inexecução total do contrato;

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

13.1.5. Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

13.1.6. Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

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

13.1.8. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a dispensa eletrônica ou a execução do contrato;

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

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

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

13.1.12. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei Federal nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

13.2. Com fulcro na Lei Federal nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou contratados as seguintes sanções:

a) advertência;

b) multa;

c) impedimento de licitar e contratar e

d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

13.2.1. Na aplicação das sanções serão considerados:

13.2.1.1. a natureza e a gravidade da infração cometida.

13.2.1.2. as peculiaridades do caso concreto.

13.2.1.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes.

13.2.1.4. os danos que dela provierem para o contratante.

13.3. O licitante/contratado que cometer qualquer das infrações discriminadas no subitem 13.1 ficará sujeito, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às seguintes sanções:

a) Advertência pela falta do subitem 13.1.1 desta Concorrência, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

b) Multa de 0,5% a 30% sobre o valor do contrato licitado ou celebrado e será aplicada ao responsável por qualquer das infrações administrativas previstas nos subitens 13.1.1 a 13.1.12;

c) Impedimento de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo que tiver aplicado a sanção, pelo prazo máximo de 3 (três) anos, nos casos dos subitens 13.1.2 a 13.1.7, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

d) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, que impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos, nos casos dos subitens 13.1.8 a 13.1.12, bem como nos demais casos que justifiquem a imposição da penalidade mais grave.

13.3.1. A sanção estabelecida na letra "d" do item 13.3 deste artigo será precedida de análise jurídica e observará a seguinte regra:

13.3.1.1. quando aplicada por órgão do Poder Executivo, será de competência exclusiva de secretário estadual e, quando aplicada por Autarquia ou Fundação, será de competência exclusiva da autoridade máxima da entidade.

13.4. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à Contratante (art. 156, §9º).

13.5. Todas as sanções previstas neste edital poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º).

13.6. Antes da aplicação da multa, será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157).

13.7. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º).

13.8. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 10 (dez) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

13.9. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei Federal nº 14.133/2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

13.10. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei Federal nº 14.133/2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei Federal nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente,

nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

13.11. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art.160).

13.12. O Contratante deverá, no prazo máximo 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ele aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161).

13.13. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133, de 2021.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos no art. 155 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

14.1.1. Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a Contratada:

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) for envolvida em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;
- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) der motivo à suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a Contratante, como consequência, venha a sofrer;
- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) não manter suas condições de habilitação e qualificação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010;
- j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.10, 11.10.1 e 11.10.2.1 deste contrato.

14.1.2. Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à Contratante, ou a execução da garantia contratual, para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ele devidos.

14.1.2.1. Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 14.1.2, a Contratada será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pela Contratante.

14.2. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

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

14.3. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela Contratante e comprovadamente realizadas pela Contratada, previstas no presente contrato.

14.4. Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da Contratada, em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, este contrato poderá ser ratificado e sub-rogado para a nova empresa, sem ônus para a Contratante, e com a concordância desta, com transferência de todas as obrigações aqui assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.

14.4.1. A Contratante se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

14.4.2. Em caso de cisão, a Contratante poderá rescindir este contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante deste contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

14.4.3. Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 14.4, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada à Contratante, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

14.4.3.1. A não apresentação do comprovante em até 05 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas neste contrato e em lei.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1. A Contratada guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2. Para a execução, a Contratada deve obrigatoriamente possuir, além de estrutura administrativa habilitada, quantitativo suficiente de profissionais que deverão estar disponíveis para a execução dos produtos e serviços, objeto deste contrato, e que, excepcionalmente, poderão ser alocados nas dependências da Contratante, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos, na prestação dos serviços deste contrato.

15.2.1. A execução pela Contratada de serviços nas dependências da Contratante, caso seja necessário, resulta da necessidade de maior proximidade entre as equipes e de um atendimento contínuo não passível de ser prestado à distância pela Contratada.

15.3. A Contratante providenciará a disponibilização do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos que serão divulgados e mantidos à disposição do público em sítio eletrônico oficial, conforme art. 91, da Lei Federal n.º 14.133/2021.

15.4. Constituem direitos e prerrogativas da Contratante, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a Contratada aceita e a eles se submete.

15.5. 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.

15.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da Contratante na internet.

15.6.1. As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

15.7. Fica proibido o uso de mão de obra infantil, sob pena de rescisão do contrato e a aplicação de multa, sem prejuízo das sanções legais cabíveis, conforme disposto na Lei Distrital nº 5.061/2013.

15.8. Nos termos da Lei Distrital n.º 5.087/2013 a(s) licitante(s) vencedora(s) fica(m) obrigada(s) a comprovar mensalmente, junto ao gestor responsável pelo repasse de recurso público, a regularidade no atendimento às suas obrigações de natureza fiscal, trabalhista e previdenciária relativas aos seus empregados.

15.8.1. o não atendimento das determinações constantes no item 15.8 implica a abertura de processo administrativo para rescisão unilateral do contrato por parte da Administração Pública.

15.9. Nos termos da Lei Distrital nº 5.448/2015, fica proibido o uso ou emprego de conteúdo discriminatório, podendo sua utilização ensejar a rescisão do Contrato e aplicação de multa, sem prejuízo de outras sanções cabíveis, que:

15.9.1. Incentive a violência;

15.9.2. Seja discriminatório contra a mulher, assim entendidos quaisquer conteúdos que diminuam, mesmo que de forma indireta, metafórica ou por analogias, a capacidade laborativa, intelectual ou qualquer outra esfera de vida da mulher;

15.9.3. Incentive a violência contra a mulher, seja por apologia a quaisquer tipos de violência doméstica tipificadas pela Lei Maria da Penha, ou ainda violência sexuais, institucionais, ou qualquer violência fundada na condição de mulher;

15.9.4. Exponha a mulher a constrangimento ou incentive ou explore o corpo da mulher de forma objetificada;

15.9.5. Seja homofóbico, racista e sexista;

15.9.6. Incentive a violência contra as mulheres de povos e comunidades tradicionais, negras, indígenas, ciganas, quilombos, transexuais, travestis e transgênero; por orientação sexual e de gênero e por crença;

15.9.7. Represente qualquer tipo de discriminação, especialmente voltados contra minorias em condições de vulnerabilidade.

15.10. Na execução dos serviços, a contratada deverá utilizar as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei Federal n.º 14.133/2021 e na Lei Distrital n.º 4.770/2012.

15.11. As empresas vencedoras de processos licitatórios, como condição para assinatura de contrato, deverão comprovar ou assumir o compromisso de adotar mecanismos para garantir a equidade salarial entre homens e mulheres com o mesmo cargo, atribuições e tempo de serviço, e com grau de instrução igual ou equivalente, de acordo com a Lei Distrital nº 6.679, de 24 de setembro de 2020.

15.12. Nos termos da Lei Distrital nº 6.128/2018, no que couber, fica reservado o percentual de 2% das vagas de trabalho contidas no Projeto Básico, Anexo I deste Edital, para pessoas em situação de rua.

15.12.1. A licitante vencedora deverá informar que responde pela pauta da assistência social a oferta de vagas previstas.

15.12.2. Ficam excetuadas as empresas que exploram serviços de vigilância e de transporte de valores.

15.13. A(s) empresa(s) contratada(s) deverá(ão) observar as diretrizes referentes às medidas de prevenção e apuração de denúncias de assédio moral ou sexual, conforme estabelecido no Decreto Distrital nº 46.174, de 22 de agosto de 2024;

15.14. É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela Contratada, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na Contratante, nos termos do Decreto Distrital nº 32.751/2011, alterado pelo Decreto Distrital nº 39.873/2019.

15.15. Por força do disposto no art. 6º, do Decreto Distrital nº 32.767/2011, os pagamentos de valores iguais ou superiores a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) serão feitos, exclusivamente, mediante crédito em conta corrente, em nome do beneficiário, junto ao Banco de Brasília S/A – BRB, respeitadas as exceções estabelecidas no mesmo dispositivo legal.

15.16. Por força do disposto no art. 1º, da Lei Distrital n.º 5.575, de 18 de dezembro de 2015 e do que dispõe o art. 33 do Decreto Distrital n.º 32.598, de 15 de dezembro de 2010, as súmulas (extratos) dos contratos e dos aditivos pertinentes a esta licitação serão publicados no Portal da Transparência do Distrito Federal e no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF.

15.17. Fica vedada a destinação de recursos para atender despesas com pagamento, a qualquer título, a empresas privadas que tenham em seu quadro diretivo servidor público da ativa, empregado de empresa pública ou de sociedade de economia mista, conforme estabelecido na LDO-2025 (letra "g" do inciso I do art. 23 da Lei Distrital n.º 7.549, de 30 de julho de 2024).

15.18. É obrigatório o cadastramento dos contratos administrativos, bem como os respectivos termos aditivos, apostilamentos e termos de rescisão no Sistema de Gestão de Contratos - e-ContratosDF, nos termos art. 5º do Decreto Distrital nº 44.162, de 25 de janeiro de 2023.

15.18.1. Fica vedada a execução da despesa que não obedecer ao disposto no subitem 15.18.

15.19. É vedado ao Contratado contratar cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente do órgão ou entidade contratante ou de agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato (§ único do art. 48 da Lei Federal n.º 14.133/2021).

15.20. Fica vedada a subcontratação de pessoa física ou jurídica, se aquela ou os dirigentes desta mantiverem vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou se deles forem cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral, ou por afinidade, até o terceiro grau (§ 3º do art. 48 da Lei Federal n.º 14.133/2021).

15.21. Correrão por conta do Contratante as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF, na forma prevista art. 89 da Lei Federal nº 14.133/2021.

15.22 A Contratada deverá observar a disposição da Lei Geral de Proteção de Dados-LGPD, comprometendo-se a manter sigilo e confidencialidade de todas as informações em especial os dados pessoais e os dados pessoais sensíveis repassados em decorrência da execução do contrato.

15.22.1. A contratada deverá ter ciência da existência da Lei Geral de Proteção de Dados-LGPD e, se compromete a adequar todos os procedimentos internos ao disposto na legislação, com intuito de proteção dos dados pessoais repassados.

15.23. Incumbirá ao Contratante divulgar o contrato administrativo e seus aditamentos no Portal Nacional de Contratações Públicas-PNCP, na forma prevista no art. 94 da Lei Federal 14.133/2021, bem como no sítio oficial da Contratante, em atenção ao caput, art. 91 da Lei Federal n.º 14.133/2021 e ao §2º, do art. 8º, da Lei Federal n.º 12.527/2011 e os extratos respectivos no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF.

15.24. As Contratadas, a partir da celebração do contrato, deverá(ão) comprovar que têm implantado o Programa de Integridade no âmbito de sua(s) pessoa(s) jurídica(s), conforme disposto na Lei Distrital n.º 6.112/2018, com a redação alterada pela Lei Distrital nº 6.308/2019.

15.24.1. Os custos e despesas com a implantação e manutenção do Programa de Integridade ficam a cargo da(s) pessoa(s) jurídica(s) contratada(s), não cabendo ao órgão ou entidade contratante o seu ressarcimento.

15.25. Havendo irregularidades neste instrumento, entre em contato com a Ouvidoria de Combate a Corrupção coordenada pela Controladoria Geral do Distrito Federal, por meio do Telefone: 0800-6449060. (Decreto Distrital n.º 34.031/2012).

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DOS DÉBITOS PARA COM A FAZENDA PÚBLICA

16.1. Os débitos da Contratada para com o Distrito Federal, decorrentes ou não do ajuste, serão inscritos em Dívida Ativa e cobrados mediante execução na forma da legislação pertinente, podendo, quando for o caso, ensejar a rescisão unilateral do Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - CASOS OMISSOS

17.1. Os casos omissos serão decididos pelo contratante, segundo as disposições contidas na Lei Federal nº 14.133/2021, e demais normas aplicáveis e demais normas federais aplicáveis e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei Federal nº 8.078/1990 – Código de Defesa do Consumidor - e normas e princípios gerais dos contratos.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - FORO

18.1. Fica eleito o Foro de Brasília - Distrito Federal, para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação, conforme art. 92, §1º, da Lei Federal nº 14.133/2021.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 2 (duas) vias.

Brasília-DF, __ de _____ de 202_.

Pelo Distrito Federal: _____

Diretor-Geral do Departamento de Trânsito do Distrito Federal

Pela Contratada: _____

Representante legal da Contratada

Testemunhas:

_____ Matrícula _____.

_____ Matrícula _____.

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º: 90001/2025-SECOM/DF

PROCESSO SEI N.º: 00055-00004776/2025-48

ANEXO VI DO EDITAL - ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR-ETP

Estudo Técnico Preliminar - ETP - DETRAN/DG/DGA

1. INFORMAÇÕES BÁSICAS

1.1. De acordo com o art. 37 da Constituição Federal, o Departamento de Trânsito do Distrito Federal – Detran-DF 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 ...*”.

1.2. Nessa esteira, as ações de comunicação devem ser desenvolvidas e executadas tendo em vista o alcance de objetivos como dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas; 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.

1.3. A Secretaria de Estado de Comunicação do Governo do Distrito Federal, doravante denominada SECOM-DF, torna público aos interessados que realizará concorrência, do tipo Melhor Técnica, para contratação de serviços de publicidade prestados por meio de 2 duas agências de propaganda para atender ao Departamento de Trânsito do Distrito Federal - DETRAN-DF.

1.4. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que regula as contratações de serviços de publicidade institucional, aplicada de forma complementar à Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, que disciplina o exercício da atividade publicitária, bem como à Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, que estabelece normas gerais de licitação e contratação para a Administração Pública direta e indireta.

1.5. Encerrado o processo licitatório, o Departamento de Trânsito do Distrito Federal – Detran-DF, adotará as medidas necessárias à contratação com a respectiva vencedora, mediante dotação orçamentária própria para a execução de despesas com ações de publicidade de seu interesse.

1.6. Conforme delineado no Documento de Formalização da Demanda (176721519), caberá ao DETRAN/DF, em sua esfera de atuação, mostrar o que o Governo está fazendo, pretende ou precisa fazer. É por intermédio da comunicação de interesse público que as pessoas constatarem se as ações adotadas são consonantes com suas aspirações. E por ela tomam conhecimento de como se habilitar a receber os benefícios dessas ações.

1.7. Em nossos dias, esse trabalho é dificultado por múltiplos fatores, a começar pela ‘concorrência’ das muitas fontes de informação que expõem o cidadão a milhares de apelos de variadas ordens. Seu cérebro está saturado por mensagens emanadas das três esferas administrativas, agentes políticos e formadores de opinião, em disputa de espaço no cérebro das mesmas pessoas. Na prática, torna-se cada vez mais difícil atrair a atenção dos públicos de interesse e, sobretudo, conseguir que apreendam as mensagens como o DETRAN/DF gostaria que o fizessem.

1.8. Daí decorre a necessidade, conveniência e oportunidade de recorrer à expertise de prestadores de serviços de publicidade que dispõem de conhecimentos técnicos, profissionais especializados e ferramentas capazes de oferecer as melhores respostas às necessidades de comunicação já identificadas pelo DETRAN/DF e que se repetirão pelos muitos próximos anos.

1.9. Portanto, este Estudo Técnico Preliminar (doravante ETP) visa orientar a contratação das agências de propaganda para prestação de serviços ao DETRAN/DF.

1.10. Os serviços 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, devem vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social, não podendo constar nomes, símbolos, imagens ou expressões que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

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

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

1.13. As agências atuarão por ordem e conta do DETRAN-DF, em conformidade com o artigo 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 3.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2. REFERÊNCIAS

- 2.1. 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;
- 2.2. Lei n. 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, no que for aplicável a este objeto, conforme Acórdão n. 6.227/2016-TCU-2ª Câmara;
- 2.3. Art. 25 da Lei Distrital nº 4.611/2011, recomenda-se a participação exclusiva para microempresas e empresas de pequeno porte e sociedades cooperativas (somente as que se enquadram na condição estabelecida no art. 34 da Lei nº 11.448/2007);
- 2.4. Art. 2º da Lei Distrital nº 4.770/2012, em conformidade com o Decreto nº 7.746/2012, que Recomenda-se a exigência de declaração da contratada de atendimento aos requisitos de sustentabilidade;
- 2.5. Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 05, de 26 de maio de 2017, que dispõe sobre as regras e diretrizes do procedimento de contratação de serviços sob o regime de execução indireta no âmbito da Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional;
- 2.6. Instrução Normativa SEGES nº 58, de 08 de agosto de 2022 – que dispõe sobre a elaboração dos Estudos Técnicos Preliminares – ETP, para aquisição de bens e contratação de serviços e obras, no âmbito da administração pública federal, autárquica e fundacional, e sobre o Sistema ETP Digital;
- 2.7. Instrução Normativa SEGES/ME nº 98, de 26 de Dezembro de 2022 - que estabelece regras e diretrizes para o procedimento de contratação de serviços sob o regime de execução indireta de que dispõe a Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, no âmbito da Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional;
- 2.8. Instrução Normativa SEGES/ME nº 65, de 7 de Julho de 2021 - Dispõe sobre o procedimento administrativo para a realização de pesquisa de preços para aquisição de bens e contratação de serviços em geral, no âmbito da administração pública federal direta, autárquica e fundacional;
- 2.9. Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023, que dispõe sobre as licitações e os contratos de serviços de publicidade, promoção, comunicação institucional e comunicação digital, prestados a órgão ou entidade do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo federal – SICOM;
- 2.10. Lei Orgânica do Distrito Federal, de 8 de junho de 1993, que organiza os Poderes do Distrito Federal, estabelece suas competências, e dá outras providências.
- 2.11. Lei Federal n.º 4.320, de 17 de março de 1964, que institui Normas Gerais de Direito Financeiro para elaboração e controle dos orçamentos e balanços da União, dos Estados, dos Municípios e do Distrito Federal.
- 2.12. Lei Federal n.º 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.
- 2.13. Lei Federal n.º 12.527, de 18 de novembro de 2011, que regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991 e dá outras providências.
- 2.14. Lei Federal n.º 12.846, de 1º de agosto de 2013, que versa sobre a responsabilização administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a Administração Pública, nacional ou estrangeira.
- 2.15. Lei Federal n.º 14.356, de 31 de maio de 2022, altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, para dispor sobre as contratações de serviços de comunicação institucional, e a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, para dispor sobre gastos com publicidade dos órgãos públicos no primeiro semestre do ano de eleição.
- 2.16. Lei Distrital n.º 3.184, de 29 de agosto de 2003, que regulamenta os §§ 1º e 2º do artigo 22 da Lei Orgânica do Distrito Federal.
- 2.17. Lei Distrital n.º 4.990, de 12 de dezembro de 2012, regula o acesso a informações no Distrito Federal previsto no art. 5º, XXXIII, no art. 37, § 3º, II, e no art. 216, § 2º, da Constituição Federal e nos termos do art. 45, da Lei federal nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, e dá outras providências.
- 2.18. Decreto Distrital n.º 32.598, de 15 de dezembro de 2010, que aprova as Normas de Planejamento, Orçamento, Finanças, Patrimônio e Contabilidade do Distrito Federal, e dá outras providências.
- 2.19. Decreto Distrital n.º 36.451, de 15 de abril de 2015, dispõe sobre as ações de publicidade dos órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo do Distrito Federal e sobre as ações de patrocínio da Administração Indireta.
- 2.20. Decreto Distrital n.º 38.934, de 15 de março de 2018, que dispõe sobre a aplicação, no âmbito da Administração Pública Direta e Indireta do Distrito Federal, da Instrução Normativa nº 5, de 25 de maio de 2017, da Secretaria de Gestão do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão.
- 2.21. Decreto Distrital n.º 44.330, de 16 de março de 2023, que regulamenta a Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, Lei de Licitações e Contratos Administrativos, no âmbito da Administração Pública direta, autárquica e fundacional do Distrito Federal.

3. CLASSIFICAÇÃO TERMOS DA LEI N. 12.527/11

- 3.1. As informações relativas à contratação ora pretendida não exigem classificação como ultrassecreta, secreta ou reservada, nos termos da Lei n. 1.257/2011.
- 3.2. Todavia, até que o edital seja divulgado, o Briefing deverá ser mantido restrito.

4. ÁREA REQUISITANTE

Área Requisitante	Profissional Responsável
Direção-Geral Adjunta	Hugo Fernando Figueiredo Santos Diretor Geral Adjunto Matrícula: 254.229-3

5. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

- 5.1. Este Estudo Técnico Preliminar tem como objetivo analisar a viabilidade e os elementos essenciais relacionados para a realização de procedimento licitatório para contratação de empresa prestadora de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e aos demais meios de divulgação.

5.2. A partir do Documento de Formalização da Demanda (176721519), que apresentou a necessidade para contratação de empresa especializada na prestação dos serviços objeto deste estudo, a Equipe Técnica de Planejamento foi designada para elaborar o presente Estudo Técnico Preliminar que subsidiarão a contratação em tela, com a análise da sua viabilidade e o levantamento dos elementos essenciais que melhor atenderão às necessidades da Administração, conforme o disposto na IN SEGES/ME nº 58/2022.

5.3. Como parte fundamental do processo de planejamento da contratação na administração pública, o presente ETP apresenta o planejamento cuja finalidade é evidenciar a necessidade da administração, assim como a viabilidade técnica, o adequado tratamento do impacto ambiental da proposta de contratação, bem como do embasamento para o Termo de Referência.

5.4. Quanto a necessidade da Administração, é fato que as formas inovadoras de comunicação publicitária têm sido cada vez mais utilizadas por todos os anunciantes, sejam eles da iniciativa pública ou da privada, em decorrência do incremento das novas tecnologias e dos meios digitais de comunicação, os quais possibilitam uma divulgação mais assertiva e a abrangência mais eficaz dos diferentes perfis de públicos- alvo, que acessam amplamente as inúmeras plataformas disponibilizadas pela internet, em suas atividades cotidianas.

5.5. No entanto, não obstante a utilização dessas novas tecnologias e dos meios digitais estarem legalmente previstos como um dos serviços especializados que compõem as atividades complementares ao objeto do contrato de publicidade, a Lei nº 12.232/2010 acabou criando uma espécie de categoria de serviços que, pelo dinamismo e diversidade de aplicação no âmbito publicitário, merece muita atenção dos anunciantes governamentais, para garantia da conformidade dos processos internos, bem como alinhamento da execução contratual com as práticas comerciais de mercado.

5.6. Vale destacar que, nos termos do inciso III do §1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, a característica precípua de inovação não está associada ao aspecto temporal, mas sim à capacidade de expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, fazendo com que a publicidade seja executada, cada vez mais, com o complemento da forma tradicional, por meio do auxílio de novas tecnologias.

5.7. No âmbito da comunicação do Governo do Distrito Federal, o DETRAN/DF irá implementar série de ações estruturantes, com vistas a evoluir sua maturidade e presença digital e a adoção de formas inovadoras de comunicação publicitária, gerando uma diversificação dos investimentos antes alocados nos veículos de comunicação e divulgação tradicionais, também para as plataformas digitais, em função de estarem presentes, cada vez mais, no dia a dia das pessoas, possibilitando uma nova forma de prestação de serviços e de interação com o cidadão, mas sem dispensar as formas e meios tradicionais de mídia.

5.8. O advindo cada vez mais célere da interferência tecnológica nos meios de comunicação vêm causando uma revolução na forma com que as pessoas são impactadas por mensagens, conteúdos, informativos cada vez mais interativos, que é categoriza em três, fases, a WEB 1.0 com uma comunicação unilateral e estática, como uma prateleira de notícias e informações que os leitores não tinham a possibilidade de contribuir, interagir ou mesmo de criar seu próprio conteúdo. A WEB 2.0 surgiu com o advindo das redes sociais, trazendo a possibilidade de comentários em notícias nos grandes portais tornando possível que as pessoas se conectem, colaborem, comentem e criem comunidades, moldando assim o consumo da internet através da inteligência coletiva influenciando produtos, serviços, tendências e principalmente aspectos políticos, sociais e culturais. Aqui já se percebe essa nova forma de prestação de serviços públicos através de formas inovadoras de comunicação. Agora, vivemos na WEB 3.0 com impactos ainda maiores, com a inteligência artificial permitindo que as máquinas entendam o conteúdo e o contexto das informações, proporcionando experiências personalizadas e sob medida, antecipando necessidades e fornecendo informações relevantes em tempo real. Considerando a atenção como ativo mais importante na a jornada publicitária, para que as informações não apenas sejam vistas, mas assimiladas pelo público, a interação e a experiência do usuário vêm se tornando cada vez mais relevantes no bojo da comunicação pública.

5.9. A eficiência da comunicação publicitária por meio das plataformas digitais necessita de um acompanhamento direto e em tempo real das entregas dos conteúdos publicitários aos públicos-alvo, para monitoramento do nível de qualidade e do cumprimento das chaves-indicadoras de performance (Key Performance Indicator - KPI), inicialmente planejadas, sendo esta atividade uma atribuição das agências de propaganda.

5.10. Porém, os serviços acessórios para operacionalização de uma programação de conteúdos publicitários em plataformas digitais exige capacidade técnica de profissionais especializados em inteligência de dados, além de diversos recursos tecnológicos e em constante evolução, tais como, softwares e dispositivos de controle de performance de campanhas no meio internet, baseados na ciência de Big Data ou superior conforme a célere evolução tecnológica e de dados.

5.11. Destaca-se que a evolução da publicidade no meio digital decorre diretamente da disponibilidade dessas ferramentas e da consolidação de novos padrões de interação e comunicação social, análise e gestão de dados de consumo de mídia digital, mensuração de performance, oferta de conteúdos em multiplataformas, direcionamento preciso de publicidade com base em perfis socioeconômico, demográfico, comportamentais do público-alvo, novas formas de compra de espaços publicitários, valorização de canais próprios, bem como da própria maturidade dos anunciantes em atuar e consolidar sua presença nesse ambiente.

5.12. É importante destacar que mesmo veículos de comunicação tradicionais como rádio, TV, jornais e outdoor estão se atualizando, modernizando, digitalizando e ficando cada vez mais interativos. Neste esteio tecnológico são necessários, comprovadamente, mais conhecimentos técnicos e mais profissionais especializados em inteligência de dados, estatística, redes sociais, gestão de audiências, consumo de mídia digital, pesquisa e planejamento, projetos digitais, mídia programática e gestão de dados, o que demonstra o quão amplo é o espectro de serviços vinculados à publicidade, inclusive em plataformas digitais.

5.13. Contudo, não obstante as plataformas digitais serem frequentemente contempladas no âmbito das estratégias de mídia de uma campanha, em face do seu potencial de audiência decorrente de sua atividade principal, elas não se classificam como veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Resolução 1/2019 do CENP, e, portanto, não praticam o desconto-padrão de agência, previsto no art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.

5.14. Dessa forma, com vistas a aprimorar os dispositivos contratuais relativos à remuneração das agências de propaganda, além dos honorários já praticados nos contratos vigentes e anteriores, cabe estabelecer a forma e condições de remunerar as agências de publicidade, seja em relação à prestação dos serviços publicitários pelos meios tradicionais (mídias impressas e eletrônicas), bem como pelas formas inovadoras, com vistas a remunerar devidamente as contratadas por serviços efetivamente prestados.

5.15. Tal como estabelecido pela SECOM/MCOM no edital da concorrência nº 01/2021 da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT), bem como as disposições de percentuais de honorários que figuraram no Edital da Concorrência nº 84/2021 do Ministério da Saúde, no Edital de licitação n. 2023/04275 (8558) do Banco do Brasil e no do Banco do Nordeste do Brasil, as formas de remuneração de formas inovadoras de comunicação foram estabelecidas de duas formas:

5.16. Não será aceito:

5.16.1. *“Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporcione o desconto de agência, nos termos do artigo 11 da Lei n. 4.680/65; Percentual de honorários superior a 1,5% (um e meio por cento) incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no inciso anterior; visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do artigo 11 da lei n. 4.680/65.*

5.17. Consigne-se que as “formas inovadoras de comunicação”, notadamente pelo incremento no uso das comunicações através das novas tecnologias e dos meios digitais de comunicação, haverá preponderância na execução da comunicação institucional pelo DETRAN/DF através desses meios, o que implica na necessidade de que as agências a serem contratadas, atendam às exigências do Departamento de Trânsito quanto à ampla diversidade nas características desses serviços inovadores e que impõem as agências a serem contratadas, a capacitação técnica de profissionais especializados em inteligência de dados, além dos diversos recursos tecnológicos anteriormente citados exemplificativamente.

5.18. Em face do volume do uso de tais formas inovadoras de comunicação, a mídia tradicional (off-line) vem sendo reduzida, implicando também um dispêndio menor no pagamento de veículos de mídias tradicionais e conseqüentemente do pagamento às agências, pelos mesmos, do desconto de agência.

5.19. Tais características implicam na forma de remuneração das agências de publicidade a serem contratadas pelo DETRAN/DF, tal como dispõe e orienta a Instrução Normativa SECOM/PR nº. 01, de 2023, em seu artigo 38, levando em consideração a expectativa quanto à representatividade do volume de investimento em veiculação, seja em relação à mídia off-line, seja em relação à mídia on-line.

5.20. O contrato nº 27/2020, (53871823), cujo objeto é 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 princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas, produtos e/ou serviços ou instituições ou de informar o público em geral" está no último ano de renovação, com encerramento previsto para o dia 31 de dezembro de 2025.

5.21. Esta Diretoria Geral Adjunta solicitou à Diretoria-Geral, por meio do Documento de Formalização da Demanda (176721519), autorização para iniciar o processo licitatório para a contratação de Agências de Publicidade e foi concedida por meio do Documento de Formalização da Demanda (176721519), assinado pela autoridade máxima do DETRAN/DF de acordo (art. 7º e § único art. 11 da Lei Federal nº 14.133/2021). Estabelecendo o valor contratual na ordem de R\$38.000.000,00 (Trinta e Oito Milhões de Reais), com o objetivo de atender ao DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO DO DISTRITO FEDERAL – DETRAN-DF, conforme prevê o artigo 22 do decreto nº 39.610, de 1º de janeiro de 2019 e Decreto 39.295/18.

5.22. Face ao exposto, a necessidade da contratação é de fundamental importância para que o DETRAN/DF cumpra seu planejamento estratégico 2024-2030 (176732675), conforme imagem a seguir, de forma direta com relação 3 dos 4 macrotemas, são eles:

- 5.22.1. contribuições para a sociedade;
- 5.22.2. apresentar resultados institucionais para sociedade, e;
- 5.22.3. governo, pessoas, inovação e tecnologia.



Departamento de Trânsito do Distrito Federal Planejamento Estratégico 2024/2030



5.23. O DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO DO DISTRITO FEDERAL, para cumprir na integralidade a sua obrigação constitucional de esclarecer, informar, educar e prestar contas à sociedade, confirma a necessidade de contratação de serviços de comunicação publicitária.

5.24. Para o efetivo e eficaz planejamento midiático e a interlocução junto aos meios de comunicação, faz-se necessária a contratação de empresa especializada na disseminação de informação de forma ágil, técnica e inteligível, capaz de atender tanto aos anseios da sociedade quanto às demandas internas da Autarquia. Esta contratação é requisitada pela Diretoria Geral Adjunta do Detran/DF, contando com o apoio técnico da Assessoria de Comunicação Social – ASCOM, unidade responsável pelo assessoramento direto à Direção-Geral e pela execução da política de comunicação institucional do órgão.

5.25. Ressalta-se que as demandas de comunicação ocorrem de forma democrática, autêntica e intempestiva, motivadas por variáveis internas e externas, muitas vezes com alto grau de complexidade e urgência, exigindo preparo técnico, alinhamento estratégico e respostas qualificadas. Trata-se de uma área sensível, com elevada exposição pública, que demanda assessoramento profissional constante, dadas a natureza intelectual do objeto e a especificidade da linguagem institucional a ser adotada.

5.26. Conforme o art. 17 do Decreto nº 27.784/2007, compete à Assessoria de Comunicação Social:

Art. 17 À Assessoria de Comunicação Social, unidade de assessoramento, subordinada diretamente à Direção Geral, compete:

- I - definir e inserir os dados da Autarquia na rede mundial de computadores;*
- II - identificar e analisar as tendências da opinião pública sobre a atuação da Autarquia;*
- III - realizar contatos da Autarquia com os veículos de comunicação;*

IV - manter arquivo de matéria jornalística de interesse da Autarquia;

V - manter cadastro atualizado de autoridades de órgãos do Distrito Federal, de outras entidades públicas ou privadas e de órgãos ligados à imprensa;

VI - realizar, acompanhar e controlar a divulgação de informações e temas relativos à Autarquia;

VII - organizar cerimonial das solenidades promovidas pela Autarquia;

VIII - interagir com a Diretoria de Planejamento e de Organização Administrativa para definir a publicidade a ser utilizada na programação da Autarquia;

IX - receber sugestões, questionamentos, críticas, elogios, denúncias de usuários e providenciar as medidas e respostas;

X - exercer outras atividades que estejam dentro de sua área de atuação.

5.27. Diante disso, a ASCOM tem papel técnico fundamental no planejamento da demanda, ao passo que a Diretoria Geral Adjunta é a unidade requisitante formal, dada a sua competência administrativa na condução das ações estratégicas da Autarquia.

5.28. A relevância dos serviços de comunicação institucional é tamanha que, para assegurar o direito à informação, à transparência e à prestação de contas à sociedade, torna-se indispensável a contratação de serviços publicitários especializados, nos termos da Lei nº 12.232/2010. Esta contratação visa à produção e veiculação de campanhas educativas e informativas, alinhadas ao interesse público e ao princípio constitucional da publicidade (art. 37, caput, da Constituição Federal).

5.29. Por fim, considerando a ausência de quadro próprio de servidores com formação e expertise na criação e execução de campanhas publicitárias de alta complexidade, é imprescindível contar com apoio técnico especializado. O objetivo é ampliar o alcance da comunicação institucional, garantir capilaridade na difusão das ações do órgão e promover o acesso da população aos serviços e informações prestados pelo Detran/DF, com linguagem acessível, segmentada e eficaz.

5.30. A pretendida contratação torna-se imprescindível para que o DETRAN/DF atenda de forma mais efetiva e apropriada ao princípio da publicidade, previsto no art. 37 da Constituição Federal.

6. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

6.1. Identificação do Objeto

6.1.1. As ações e responsabilidades de comunicação social no âmbito do DETRAN/DF são tratadas e exercidas pela Assessoria de Comunicação Social, a quem compete, dentre outras, propor, coordenar, administrar e executar as atividades de publicidade e propaganda do órgão.

6.1.2. Nesse contexto, essa Diretoria precisa realizar ações de publicidade de utilidade pública do DETRAN/DF, desenvolvendo peças gráficas, audiovisuais, serviços de veiculação entre outros.

6.1.3. Por isso, atentamo-nos para a necessidade de abertura de procedimento licitatório, para a contratação de empresa para a prestação de serviços de publicidade, conforme dispõe a Lei 12.232/2010, que estabelece as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade.

6.1.4. Para cumprir com seus objetivos, a Diretoria precisa 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 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. (grifo nosso)

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.

6.1.5. 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.).

6.1.6. A IN 02/2023, da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República – Secom/PR, de 14 de setembro de 2023, conceitua publicidade de utilidade pública no art. 3º:

6.1.7. I - publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o intuito de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

6.1.8. 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.

6.1.9. 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.

6.1.10. Para participarem no presente certame, a exemplo das contratações vigentes e anteriores, as empresas 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.

7. DAS AGÊNCIAS

7.1. Os serviços que se pretende com esta contratação, conforme descritos no item 1 desse ETP, 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.

7.2. A contratação dos serviços têm 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 Assessoria de Comunicação Social do DETRAN/DF.

7.3. Para a prestação dos serviços serão contratadas 02 (duas) agências de propaganda, cujas atividades são disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

7.4. As agências atuarão por ordem e conta do DETRAN/DF, 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.

7.5. As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços previstos no Edital.

7.6. O contrato deverá deixar explícito que as peças criadas pelas agências, no âmbito da execução contratual, poderão ser veiculadas, sem ônus, diretamente pelo DETRAN/DF e, a seu critério.

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

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

- 7.8.1. 1. que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o GDF;
- 7.8.2. 2. 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;
- 7.8.3. 3. que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
- 7.8.4. 4. estrangeira que não funcione no País;
- 7.8.5. 5. cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o DETRAN/DF;
- 7.8.6. 6. que estejam reunidas em consórcio;
- 7.8.7. 7. que atuem sem fins lucrativos.

7.9. 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.

7.10. 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.

7.11. A licitante deverá assumir todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas

7.12. Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos na concorrência, não sendo o DETRAN/DF, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

7.13. **Do Regime de Execução do Contrato**

7.13.1. Os serviços objeto da contratação serão executados e entregues, mediante demanda, na forma de execução indireta e estará condicionada à existência de disponibilidade orçamentária, respeitado o exercício financeiro, cujo valor não excederá os créditos orçamentários ou adicionais consignados ao DETRAN/DF.

7.13.2. A forma da execução contratual deverá seguir o disposto no modelo de contrato disponibilizado, tomando como referência o modelo de edital da SECOM/PR por ter sido desenvolvido especificamente para contratos de comunicação, como este.

7.14. **Do Reajuste**

7.14.1. Tendo em vista as características da presente contratação não existirá a previsão de reajuste visto que os preços acordados estão definidos em percentuais de honorários sobre os serviços prestados por terceiros, estes serviços, naturalmente, já estarão com valores atuais, ou seja, reajustados.

7.15. **Modalidade e Tipo de Licitação:**

7.15.1. Conforme Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, os serviços de publicidade serão licitados de acordo com as modalidades definidas no art. 22 da Lei nº 8.666/1993, adotando-se como obrigatórios os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

7.15.2. Em que pese a Lei nº 8.666/1993 ter sido revogada pela Lei nº 14.133/2021, a IN nº 01, de 19 de junho de 2023 determina que:

7.15.3. Art. 1º Esta Instrução Normativa dispõe sobre as licitações e os contratos de promoção, serviços de publicidade, de comunicação institucional e de comunicação digital, para os órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM:

§ 1º Ação de comunicação compreende serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, conceituados por intermédio da Portaria SECOM nº 3.948, de 26 de novembro de 2021.

§ 2º Os serviços de que trata o parágrafo anterior, devido às suas peculiaridades, são de natureza intelectual, intangível e indivisível.

[...]

Art. 10. O julgamento das propostas nas licitações para os serviços descritos no §1º do art. 1º, será realizado de acordo com os critérios de melhor técnica ou técnica e preço.

Parágrafo único. A escolha por um dos critérios descritos no caput constitui discricionariedade do órgão ou entidade contratante, devendo ser fundamentada em conformidade com as características de cada um deles, considerando os termos da presente Instrução Normativa. (grifos nossos)

7.15.4. Por isso, a necessidade de compreender bem a diferença entre os tipos de licitação melhor técnica e técnica e preço.

7.15.5. Verificou-se que a diferença básica entre os dois 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 Licitatória 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).

7.15.6. Primando pela economicidade e vantajosidade para o Órgão, essa equipe de planejamento entende que a contratação da empresa com a melhor qualificação é a escolha mais adequada para a contratação do DETRAN/DF.

7.15.7. Nesse esteio a melhor proposta técnica entre as licitantes concorrentes poderá praticar o menor preço na execução contratual, identificado e negociado entre as propostas das empresas tecnicamente classificadas. Dessa forma, a presente contratação apresenta enquadramento com os critérios estabelecidos na Instrução Normativa SECOM nº 01/2023 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.

7.15.8. Dadas as características da atuação publicitária do DETRAN/DF, adotar o tipo “técnica e preço” para a execução contratual não seria adequado, pois poderia resultar na contratação de agência de propaganda com nível de qualificação inferior, sem condições técnicas de atender de forma satisfatória às demandas de comunicação do órgão e aos anseios do GDF, o que caracterizaria o uso inadequado de investimentos públicos.

7.15.9. 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 pelo DETRAN/DF (de mídia e não mídia), os diversos meios de comunicação a serem utilizados (off-line e on-line), os públicos-alvo a serem atingidos, o perfil geográfico das ações a serem desenvolvidas, bem como a sazonalidade permanente das ações de publicidade do órgão.

7.16. **Participação de licitantes**

7.16.1. Além das exigências de praxe, não poderão participar desta concorrência agências de propaganda que estejam reunidas em consórcio, cooperativas ou instituições que atuem sem fins lucrativos.

7.16.2. A vedação à participação de instituições sem fim lucrativos decorre do fato de que gozam de benefícios fiscais e previdenciários específicos, condição que reduz seus custos operacionais em relação às pessoas jurídicas ou físicas, legal e regularmente tributadas, a teor do parágrafo único do art. 12 da Instrução Normativa SEGES/MP nº 5/2017.

7.16.3. O certame também não se presta a permitir a participação de concorrentes reunidos em forma de cooperativa. As exigências expressas no art. 10 daquela Instrução Normativa, para que fossem permitidas no certame, seriam incontornáveis para elas. Os serviços teriam de ser executados com autonomia pelos cooperados, sem relação de subordinação entre cooperativa e cooperados nem entre a Administração e os cooperados; a gestão operacional do serviço teria de ser executada de forma compartilhada ou em rodízio, em que as atividades de coordenação e supervisão da execução dos serviços e as do preposto fossem realizadas pelos cooperados de forma alternada ou aleatória, para tantos quanto possíveis vierem a assumir tal atribuição.

7.16.4. O art. 15, caput, da Lei nº 14.133/2021 confere à Administração a prerrogativa de vedar a participação de consórcios mediante justificativa. Em linha com as disposições de todos os editais da espécie do Governo Federal, não há necessidade de prever a participação de consórcios. De um lado porque o Distrito Federal é bem-servido por agências. De outro porque a eventual permissão poderia resultar na associação de agências para disputar o contrato, com dois efeitos possíveis: a redução do número de competidores individuais; o fortalecimento excessivo dos grupos consorciados. As duas situações contrariam o interesse público em ampliar a competição. É nesse sentido o Voto do Ministro Relator do Acórdão nº 280/2010-TCU-Plenário: “nem sempre a participação de empresas em consórcio implica incremento de competitividade (associação de pequenas empresas para participação em conjunto), podendo vir a constituir, ao contrário, limitação à concorrência (diminuição do número de empresas de porte interessadas por integrem um mesmo consórcio)”.

7.17. **Acesso ao Edital e esclarecimentos**

7.17.1. O futuro edital de licitação na modalidade Concorrência será disponibilizado no protocolo da SECOM/DF, no site da SECOM/DF e no Portal Nacional de Contratações Públicas-PNCP. O prazo para protocolar pedido de esclarecimentos é de 3 (três) dias úteis antes da abertura do certame (art. 164. Lei 14.133/2021)

7.18. **Etapas da licitação e recursos administrativos**

7.18.1. Estabelece o art. 1º, § 2º, da Lei nº 12.232/2010 que “As Leis nºs 4.680, de 18 de junho de 1965, e 8.666, de 21 de junho de 1993, serão aplicadas aos procedimentos licitatórios e aos contratos regidos por esta Lei, de forma complementar”. Ou seja, aplica-se, de forma complementar, a Lei nº 14.133/2021, em face de seu art. 189.

7.18.2. De outro giro, a Lei nº 12.232/2010 estabelece as seguintes disposições relacionadas aos eventos pertinentes às etapas ou fases das licitações e aos recursos administrativos relativos a cada evento:

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

(...)

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

I - abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;

(...)

VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

(...)

VIII - publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

IX - abertura dos invólucros com as propostas de preços, em sessão pública, obedecendo-se ao previsto nos incisos II, III e IV do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, nas licitações do tipo “melhor técnica”, e ao disposto no § 2º do art. 46 da mesma Lei, nas licitações do tipo “técnica e preço”;

X - publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XI - convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

XII - recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

XIII - decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea a do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

7.18.3. Desse modo, o faseamento das etapas da licitação e as previsões para interposição de recursos seguirão o rito da Lei nº 12.232/2010. Todavia, ante à circunstância de que essa Lei não estabeleceu prazos para a interposição de recursos administrativos, para

contrarrrazões e para julgamento desses eventos, o certame deverá obedecer aos prazos previstos no art. 165 e às disposições do art. 183 da Lei nº 14.133/2021.

7.18.4. Registre-se que o entendimento posto neste tópico está em harmonia com as disposições dos arts. 56 a 58 da IN SECOM/PR nº 1/2023.

7.18.5. É necessário prever que o prazo para recursos administrativos, no caso do julgamento das propostas técnicas, será contado a partir do dia seguinte ao da disponibilização dos autos da licitação aos interessados na internet. Para isso, a Comissão Especial de Contratação digitalizará e publicará as propostas das licitantes, as respectivas atas de julgamento e as planilhas com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram.

7.19. **Valor contratual e recursos orçamentários**

7.19.1. Valor Contratual: R\$ 38.000.000,00 (trinta e oito milhões de reais)

7.19.2. A totalidade do recurso para a contratação estará consignado no Plano Anual de Contratações, que consta na Lei Orçamentária Anual e já solicitados para a PLOA 2026.

7.19.3. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 consta da Lei Orçamentária Anual – 2025, a saber:

- Unidade Gestora: 220201 - DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO DO DF - DETRAN-DF
- Programas de Trabalho: 06.131.6217.8505.0958 e 06.131.6217.8505.8749
- Elemento de Despesa: PUBLICIDADE E PROPAGANDA-UTILIDADE PÚBLICA - DETRAN/DF-DISTRITO FEDERAL.
- Fonte de Recursos: 237
- Unidade Gestora: 220201 - DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO DO DF - DETRAN-DF
- Programas de Trabalho: 06.131.6217.8505.0958 e 06.131.6217.8505.8749
- Elemento de Despesa: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - DETRAN/DF-DISTRITO FEDERAL.
- Fonte de Recursos: 237

7.20. **Procedimentos licitatórios**

7.20.1. O modelo de Edital SECOM/PR reproduz em diversos trechos disposições em harmonia com o art. 11, § 2º, da Lei nº 12.232/2010, que trata dos cuidados para evitar a identificação da autoria das propostas técnicas antes da sessão pública prevista para tal fim.

7.20.2. Para tornar ainda mais claros os referidos cuidados, o Edital desta concorrência deverá ter as seguintes disposições, alusivas à primeira sessão:

7.20.3. *Se o Invólucro nº 1 [via não identificada] 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 2 [via identificada], a Comissão de Licitação não poderá receber esse invólucro, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.*

7.20.4. *Se o Invólucro nº 1 [via não identificada] apresentar menção a nome, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro 2 [via identificada], o fato será registrado em ata para que a subcomissão técnica decida se pode ou não julgar a proposta, à vista das regras deste Edital e da Lei nº 12.232/2010.*

7.20.5. *Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3 [capacidade de atendimento, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação], a comissão especial de licitação ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência que, por si só, resulte, inequivocamente, na identificação da autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, a comissão especial de licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.*

7.20.6. *A desclassificação constará da ata da sessão, em que serão registrados, pelo menos, o nome de quem identificou a licitante, o nome da licitante identificada e o motivo concreto e inequívoco que constituiu a identificação.*

7.21. **Do Briefing**

7.21.1. De acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório dessas licitações deve observar as exigências do art. 40 da Lei nº 8.666/1993, não sendo, porém, “exigido o projeto básico e/ou executivo, com todas as suas partes, desenhos, especificações e outros complementos”, conforme disposto no inciso I do §2º.

7.21.2. Mais uma vez, em que pese a revogação da Lei nº 8.666/1993, pela Lei nº 14.133/21, a

7.21.3. Instrução Normativa nº 01/2023, da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República - Secom/PR, prevê em seu art. 26, que:

Art. 26. Os licitantes apresentarão sua proposta técnica com base nos desafios e objetivos de comunicação estabelecidos pelo órgão ou entidade no Briefing e considerarão, exceto no caso dos serviços de publicidade, os itens constantes do catálogo de produtos e serviços previstos no projeto básico. (grifos nossos)

7.21.4. 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.

7.21.5. A obrigatoriedade de descrição clara, objetiva e precisa do objeto licitado constitui matéria sumulada pelo Egrégio Tribunal de Contas da União. A propósito, vale a transcrição do Verbete nº 177 do TCU:

7.21.6. “A definição precisa e suficiente do objeto licitado constitui regra

7.21.7. indispensável da competição, até mesmo como pressuposto do postulado de igualdade entre os licitantes, do qual é subsidiário o princípio da publicidade, que envolve o conhecimento, pelos concorrentes potenciais das condições básicas da licitação, constituindo, na hipótese particular da licitação para compra, a quantidade demandada em uma das especificações mínimas e essenciais à definição do objeto do pregão (Súm. 177 -TCU).”

7.21.8. Sobre o tema, Marçal Justen Filho diz em seu livro “Comentários à Lei de Contratos de

7.21.9. Publicidade da Administração - Lei nº 12.232/2010”, Ed. Fórum, pág.245, que:

7.21.10. “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.

7.21.11. 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'.”

7.21.12. Dessa forma, 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.

7.21.13. 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.

7.21.14. Na medida em que eventual vazamento de informações poderia gerar a impugnação do certame por caracterizar risco de possível favorecimento de determinadas licitantes e ferir o princípio da igualdade de participação, o Briefing só deve ser juntado ao Edital de licitação na véspera de sua publicação.

7.22. **Do modelo de Edital disponibilizado pela SECOM a ser seguido**

7.22.1. O OFÍCIO CIRCULAR Nº 1/2024/CGAC/SUBNOR/SECOM/PR, comunicou determinação do TCU por meio do Acórdão 2.553/2022 – TCI-Plenário, que dispôs em seus itens 9.3 e 9.4 sobre a necessidade de inserção de cláusulas específicas nos contratos firmados entre órgãos e entidades da Administração Pública Federal direta e indireta, especialmente nos celebrados com agências de publicidade, visando identificar e combater a veiculação de campanhas publicitárias em mídias digitais associadas a fake news. Vejamos a referida providência exarada no Acórdão em tela:

“9.3. nos termos do art. 250, inciso II, do RITCU, determinar ao

Ministério das Comunicações que:

9.3.1. faça cessar, nos contratos sob sua responsabilidade, o direcionamento de recursos de campanhas publicitárias do Governo Federal para plataformas/canais/mídias que se relacionem a atividades ilegais, tornando definitiva a parte da cautelar concedida pelo subitem 9.1, letra “b”, do Acórdão 2.132/2020-TCU-Plenário que tratou da referida proibição;

9.3.2. no prazo de trinta dias, seja expedida orientação a todos os órgãos e entidades da Administração Pública Federal direta e indireta para que, nos contratos por eles celebrados com agências de publicidade, sejam previstas cláusulas que incentivem a identificação e o combate a veiculação de campanhas publicitárias em mídias digitais associadas a considerando para tanto, fake News, entre outras, a possibilidade de parametrização dos atributos da campanha, caso a comunicação se dê pela utilização do Google Adsense, de sorte a, por exemplo, excluir a veiculação em mídias digitais que mencionem determinadas palavras-chave a serem selecionadas levando em conta as notícias já identificadas como falsas no “Painel de Checagem de Fake News” organizado pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ);

9.4. determinar ao Ministério das Comunicações, nos termos do art. 5º da Resolução TCU 315/2020, que, no prazo de 90 (noventa) dias, defina diretrizes e/ou instrumento normativo com orientações e definições de responsabilidades no acompanhamento dos contratos firmados com agências de publicidade, em especial quanto à aderência dos sites que veiculam anúncios de campanhas aos critérios definidos

pela administração”.

Em razão disso foi editada a Instrução Normativa SECOM/PR nº 04, de 23 de fevereiro de 2024, que estabelece medidas a serem observadas pelos órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM, visando à mitigação de riscos à imagem das instituições do Poder Executivo Federal decorrente da publicidade na internet e dando outras providências, o qual se faz necessário observarmos para o Governo do Distrito Federal.

7.22.2. Conforme determinação, não há margem para modificação dessas cláusulas, garantindo, assim, a uniformidade e eficácia na implementação das medidas propostas.

7.23. **Critérios de medição e pagamento**

7.23.1. A avaliação da execução do objeto utilizará o Instrumento de Medição de Resultado (IMR), conforme disposto neste item.

7.23.2. A utilização do IMR não impede a aplicação concomitante de outros mecanismos para a avaliação da prestação dos serviços.

7.23.3. A avaliação da execução do objeto utilizará o disposto neste item, devendo haver o redimensionamento no pagamento com base nos indicadores estabelecidos, sempre que a contratada:

7.23.4. Não produzir os resultados, deixar de executar, ou não executar com a qualidade mínima exigida as atividades contratadas; ou

7.23.5. Deixar de utilizar materiais e recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou utilizá-los com qualidade ou quantidade inferior à demandada.

7.23.6. A aferição da execução contratual para fins de pagamento considerará os seguintes critérios:

7.23.7. Objetivo a atingir: Prestação do serviço em elevados níveis de qualidade.

7.23.8. Forma de avaliação: Definição de situações que caracterizem o não atingimento do objetivo, e atribuição de descontos no valor de pagamento devido.

7.23.9. Sanções: embora a aplicação de índices de desconto seja instrumento de gestão contratual, não configurando sanção, a Contratante poderá, pela qualidade insuficiente, aplicar as penalidades previstas em contrato.

7.23.10. O IMR deve ser considerado e entendido pela Contratada como um compromisso de qualidade que assumirá junto à Contratante. O IMR é um instrumento ágil e objetivo de avaliação da qualidade da execução contratual, associando o pagamento à qualidade efetivamente obtida.

7.23.11. Para o recebimento integral do valor contratado, a empresa Contratada deverá cumprir com suas obrigações contratuais, em especial as dispostas nos indicadores de desempenho.

7.23.12. O IMR será implementado a partir da primeira medição, a contar da data de assinatura do contrato, cabendo ao Fiscal Técnico do contrato avaliar mensalmente a execução dos serviços prestados.

7.23.13. Para consecução destes objetivos deverão ser adotadas as regras e metodologias de medição de resultado.

7.24. **Dos Mecanismos de Avaliação de Qualidade dos Serviços**

7.24.1. O Instrumento de Medição de Resultado - IMR previsto na IN nº 05 de 2017 constitui um mecanismo que define, de forma objetiva, um nível mínimo de qualidade desejado para a prestação do serviço, além de também definir as respectivas adequações de pagamento para o caso de o serviço ser prestado com qualidade inferior ao nível mínimo definido.

7.24.2. Ocorre que os contratos de publicidade possuem critérios específicos que não comportam essa avaliação. Isso porque o conteúdo de cada campanha, definido no briefing, deve ser seguido para ser aprovado pelo Órgão.

7.24.3. Sendo assim, não existe um padrão definido, uma vez que para a linha criativa de cada

7.24.4. campanha serão estabelecidos parâmetros, que se não forem seguidos não permitirá que a campanha seja aceita pela Administração.

7.24.5. No desenvolvimento de ações e campanhas publicitárias, tanto as peças como os planos de mídia só podem ser produzidas/executados com o aval da contratante, devendo a contratada realizar todos os ajustes solicitados até que as especificações dos serviços estejam condizentes com as expectativas do DETRAN/DF.

7.24.6. Marçal Justen Filho, em seu livro “Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da

7.24.7. Administração - Lei nº 12.232/2010”, Ed. Fórum, pág.179, diz que:

“É evidente que a atividade de publicidade comporta uma dimensão diferenciada de criatividade. Isso afasta a certeza e a padronização que se verificam em outras espécies de serviços. Mas a margem de autonomia reconhecida à agência de publicidade, no desempenho de suas obrigações é relativa. Existem padrões reconhecidos como necessários e obrigatórios em termos de boa técnica. Isso envolve regras procedimentais e de conteúdo praticadas pelas organizações de mais elevada qualificação. A agência tem o dever de seguir esses padrões, cuja violação configura infração contratual”.

Ademais, os resultados de uma ação não estão diretamente relacionados com o desempenho das agências contratadas, na medida em que outros fatores (cenário vivenciado pelo país, convicção ideológica do cidadão, postura de servidores no atendimento ao público, etc.) também interferem no grau de atingimento dos objetivos de uma campanha, independentemente da qualidade técnica da ação de publicidade e dos serviços prestados.

7.24.8. Portanto, não é pertinente condicionar o pagamento integral da remuneração das agências aos resultados obtidos com a campanha, nem à qualidade técnica das ações publicitárias, pelos motivos narrados.

7.25. **Práticas de Sustentabilidade**

7.25.1. A contratação deverá contemplar conteúdo específico vinculado às práticas de sustentabilidade pelas agências de propaganda, no âmbito da Cláusula Quinta - Obrigações das Contratadas, nos termos do modelo de edital disponibilizado pela SECOM aos integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM, da seguinte forma: “adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

7.26. **Participação de empresas reunidas em consórcios:**

7.26.1. Para a presente licitação, não é prevista a permissão da participação de empresas reunidas em consórcio.

7.26.2. 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.

7.26.3. 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.

7.26.4. Contudo, embora não prescindir 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 DETRAN/DF, com expertises compatíveis com a expectativa dos serviços a serem contratados.

7.26.5. 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.

7.26.6. Somado a isso, acrescenta-se o fato de que o consórcio entre diversas empresas pode prejudicar a estratégia de publicidade do DETRAN/DF, tendo em vista as possíveis divergências de posicionamento de cada uma na execução de um mesmo serviço.

7.27. **Participação de cooperativas**

7.27.1. Dada a significativa complexidade dos serviços de publicidade e propaganda e seguindo a mesma linha de contratações vigentes e anteriores no Governo do Distrito Federal, a presente contratação não deve permitir a participação no certame de organizações cooperativas, ou seja, empresas sem fins lucrativos.

7.28. **Vigência contratual:**

7.28.1. O contrato deverá ter duração inicial de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, no interesse da Administração e mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 114 da Lei nº 14.133, respeitando a vigência máxima decenal, desde que cumpridas todas as exigências no art. 107 desta Lei.

Art. 107. Os contratos de serviços e fornecimentos contínuos poderão ser prorrogados sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, desde que haja previsão em edital e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

7.29. **Da justificativa acerca da natureza continuada do serviço e da duração inicial do contrato:**

7.29.1. A Lei 14.133/21 alterou fundamentalmente as regras sobre a duração dos contratos e,

7.29.2. consequentemente, a disciplina contratual sobre os prazos de vigência. Na edição da Lei nº 8.666/93 havia uma preocupação clara em evitar contratos com prazos muito longos que pudessem, sob o olhar de um legislador desconfiado, por meio da rotatividade de contratados, preservar a isonomia e evitar um ambiente propício a eventuais desvios e imoralidades.

7.29.3. O cenário criado pela Lei nº 14.133/21 é outro. A regra geral, disposta no art. 105, é a de que a duração dos contratos “será a prevista em edital”.

7.29.4. Como se percebe, o olhar do legislador da Lei nº 14.133/21 sobre os contratos é “funcional”, ou seja, mirando na maior vantagem econômica e na melhor forma de satisfazer do interesse envolvido. Essa percepção se reforça diante da ampliação do rol de possíveis regimes de contratação, entre eles o fornecimento com prestação de serviço associado.

7.29.5. Certamente que uma premissa não afasta a outra. Buscar os melhores resultados para a contratação não afasta o dever de cuidado com eventuais efeitos colaterais indesejados. Por isso, ao tempo em que se comemoram tais novidades, deve haver uma preocupação genuína com a sua implementação prática.

7.29.6. Assim define o art. 105 da Lei nº 14.133/2021:

Art. 105. A duração dos contratos regidos por esta Lei será a prevista em edital, e deverão ser observadas, no momento da contratação e a cada exercício financeiro, a disponibilidade de créditos orçamentários, bem como a previsão no plano plurianual, quando ultrapassar 1 (um) exercício financeiro.

7.29.7. Administração Pública possui o dever de dar publicidade de seus atos, conforme art. 37, caput, da Constituição Federal. Desse dever decorre a obrigação de observância ao princípio da transparência.

7.29.8. 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) pelo DETRAN/DF.

7.29.9. Segundo Marçal Justen Filho (in 'Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos', Ed. Aide, 4ª Edição, págs. 362 /364), os serviços contínuos estão enquadrados nos contratos de execução continuada os quais impõem à parte o dever de realizar uma conduta que se renova ou se mantém no decurso do tempo.

7.29.10. Já Jessé Torres (in 'Comentários à Lei de Licitações e Contratações da Administração Pública', Ed. Renovar, 1994, págs. 349 /351) se pronuncia sobre a matéria, afirmando que a prestação de serviços de execução contínua é aquela cuja falta paralisa ou retarda o serviço de sorte a comprometer a correspondente função estatal ou paraestatal. Acrescenta, ainda, que cabe à Administração, diante das circunstâncias de cada caso e do interesse do serviço, decidir pela prorrogação dos serviços contínuos por até 60 meses.

7.29.11. O Tribunal de Contas da União adota o entendimento de que a definição de um serviço

7.29.12. como sendo, ou não, continuado depende das características específicas em cada caso concreto. No Acórdão n. 132/2008 - TCU - 2ª Câmara, o Ministro Relator Aroldo Cedraz assim se manifestou:

(...)

28. Sem pretender reabrir a discussão das conclusões obtidas naqueles casos concretos, chamo a atenção para o fato de que a natureza contínua de um serviço não pode ser definida de forma genérica. Devese, isso sim, atentar para as peculiaridades de cada situação examinada.

29. Na realidade, o que caracteriza o caráter contínuo de um determinado serviço é sua essencialidade para assegurar a integridade do patrimônio público de forma rotineira e permanente ou para manter o funcionamento das atividades finalísticas do ente administrativo, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional.

30. Nesse sentido, pode-se entender, por exemplo, que o fornecimento de passagens aéreas é serviço contínuo para o TCU, já que sua suspensão acarretaria a interrupção das atividades de fiscalização ínsitas ao cumprimento da missão desta Corte.

31. Na mesma linha de raciocínio, pode-se também considerar que o mesmo serviço tem natureza contínua para uma instituição federal de ensino superior, já que as bancas de exame de teses de mestrado e de doutorado exigem a participação de professores de outras instituições e, assim, a impossibilidade de fornecimento de passagens aéreas poderia inviabilizar a própria pós-graduação a cargo daquelas entidades.

32. O mesmo não ocorreria, no entanto, com um órgão judicial cujos integrantes não tivessem necessidade de deslocar-se frequentemente por avião para oferecerem a prestação jurisdicional. Em tal situação, o serviço em foco não seria contínuo, já que não seria essencial à permanência da atividade finalística.

33. De igual modo, um serviço de vigilância permanente de instalações deve ser considerado contínuo, posto que sua cessação colocaria em risco a integridade daquele patrimônio.

34. Isso não ocorre, entretanto, com um serviço de vigilância contratado para um evento específico, de duração determinada, que, por seu caráter eventual, não pode ser considerado contínuo.

7.29.13. Retoma-se, que a IN 02/2023, da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República – Secom/PR, de 14 de setembro de 2023, conceitua publicidade de utilidade pública no art. 3º:

7.29.13.1. I - publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o intuito de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

7.29.14. Em vista disso, a descontinuidade da prestação do serviço poderia comprometer a capacidade especializada de condução sistêmica da comunicação de utilidade pública. Como consequência, a capacidade de atuação da Assessoria de Comunicação do DETRAN/DF 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.

7.29.15. 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 ao DETRAN/DF 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 do DETRAN/DF, 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.

7.30. **Da cláusula necessária quanto a possibilidade de operações de crédito**

7.30.1. Com o advento da IN 53/2020, do Ministério da Economia, publicada em 09 de julho de 2020, o artigo 15 passou a prever a necessidade da existência de uma cláusula nos editais e contratos que possibilitassem as contratadas usar o contrato como garantia em operações de crédito.

7.30.2. Vejamos a previsão:

Art. 15. Os editais e respectivos contratos administrativos celebrados devem prever expressamente a possibilidade de cessão dos créditos decorrentes da contratação de que trata esta Instrução Normativa.

7.30.3. Ao longo do anexo I da referida IN 53, encontramos as instruções quanto ao procedimento a ser adotado no caso de a empresa de fato utilizar o contrato como cessão de crédito.

7.30.4. Entre os itens do anexo I, destacam-se os itens 2 e 2.1 que informam o seguinte:

2. Diretrizes gerais para a informação sobre riscos em contratos para a operação de crédito (Redação dada pela IN nº 42, de 2021)

2.1. Os órgãos e as entidades vinculadas aos contratos indicados pelo fornecedor, nos termos do subitem 1.1 do item 1, deverão, em até dez dias a contar da notificação de que trata o subitem 1.4 do item 1, informar, em campo próprio no Portal, sobre riscos à continuidade dos contratos ou impactos ao seu vulto financeiro, em especial quando:

- a) inexistir previsão de início ou de retomada de execução contratual;
- b) houver indicativos de redução de escopo e/ou valor dos contratos;
- c) estiver em andamento processo administrativo com vistas à rescisão dos contratos ou à execução de garantia.

7.30.5. Apesar da necessidade da liberação por parte da Administração Pública sempre que solicitada, esta equipe de planejamento entende pelo alto risco apresentado nesse tipo de negociação quando utilizado no contrato de publicidade, em razão de sua natureza.

7.30.6. Isso porque a contratação de publicidade pretendida aqui não gera obrigatoriedade da totalidade da execução contratual.

7.30.7. Além disso, importante trazer à baila que o recurso orçamentário separado para os contratos de publicidade nem sempre é idêntico ao valor contratual. Sabe-se que para que a contratação seja efetivada é necessário a disponibilidade orçamentária para o primeiro ano contratual, mas nem sempre o recurso orçamentário previsto para publicidade se sustenta igual ao contrato inicial durante suas prorrogações, e desta forma a Administração Pública acaba por usar apenas o que de fato consegue pagar.

7.30.8. Por todos os fatos expostos, a equipe de planejamento entende menos arriscado não prever a cláusula de possibilidade de operação de crédito no contrato a ser firmado com a empresa vencedora, pois a administração nunca conseguiria autorizar a sua liberação de uso por parte da empresa.

7.31. **Apresentação da Proposta de Preços**

7.31.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.31.2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do, Art. 36 e 37 da Lei 14.133/2021.

7.31.2.1. A contratada não fará jus ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados, não serão aceitos:

a) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.

b) percentual de honorários superior a 3% (três por extenso por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato.

II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

c) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

7.31.3. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de no mínimo 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

7.31.4. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso.

7.31.5. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

7.32. **Julgamento das Proposta de Preços**

7.32.1. As Propostas de Preços das 2 (duas) licitantes mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no item 7.31 deste Estudo.

7.32.2. Comissão Especial de Contratação abrirá negociação com as 2 (duas) empresas mais bem classificadas na fase de julgamento final das propostas técnicas objetivando alcançar condições mais vantajosas para a Administração, conforme previsão contida no art. 61 da Lei Federal nº 14.133/2021;

7.32.3. Adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, a negociação poderá ser feita com os demais licitantes, segundo a ordem de classificação inicialmente estabelecida, quando o primeiro colocado, mesmo após a negociação, for desclassificado em razão de sua proposta permanecer acima dos percentuais de honorários definidos na letras "a", "b" e "c" do subitem 7.31.2.1 deste Estudo, nos termos do § 1º do art. 61 da Lei Federal nº 14.133/2021.

7.32.4. A ausência do licitante na terceira sessão implica na sua renúncia ao eventual direito de negociar sua proposta de preços, caso seja convocado para tal;

7.32.5. A negociação, depois de concluída, as 2 (duas) empresas mais bem classificadas no julgamento técnico deverão ter apresentado os mesmos percentuais de honorários definidos na letras "a", "b" e "c" do subitem 7.31.2.1 deste Estudo.

7.33. **Desconto de agência (desconto-padrão)**

7.33.1. Além da remuneração, a cargo do contratante, as contratadas farão jus ao desconto de agência (desconto-padrão) que lhes é concedido pelos veículos de divulgação, na forma da Lei nº 4.680/1965.

7.33.2. A minuta de contrato deverá prever que as contratadas repassarão ao contratante ¼ da comissão a que têm direito, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação, como previsto no § 2º do art. 38 da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023.

7.33.3. O percentual de ¼ está em consonância com a tabela que constitui o Anexo "B" das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário (CENP)[1].

7.33.4. A minuta de contrato também deverá dispor sobre idêntico repasse ao contratante se as contratadas fizerem jus a benefício similar em veiculações no exterior.

7.34. **Da Garantia Contratual**

7.34.1. A exigência da garantia de execução contratual tem como objetivo assegurar o andamento da licitação, bem como o cumprimento do objeto contratual e, portanto, é fundamental que esse item faça parte das exigências definidas no edital da pretensa contratação, sendo item previsto no modelo de contrato disponibilizado pela Secom.

7.34.2. 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.

7.34.3. 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.

7.34.4. 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.

7.34.5. 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.

7.35. **Levantamento de Mercado**

- 7.35.1. Há várias décadas, as necessidades de comunicação publicitária dos órgãos da administração direta e indireta dos Poderes Públicos das três esferas têm sido atendidas por meio da contratação de agências de propaganda.
- 7.35.2. A regulamentação específica do setor foi consolidada com a edição da Lei nº 12.232/2010, que trouxe segurança jurídica às contratações e estabeleceu diretrizes para a atuação dos órgãos de controle. Essa norma continua vigente e plenamente aplicável, inclusive sob a égide da Lei nº 14.133/2021, que rege o procedimento licitatório.
- 7.35.3. Entre as ferramentas disponíveis no mercado, os serviços prestados por agências de publicidade, regidos pela Lei nº 12.232/2010, são os mais adequados para atender às necessidades de comunicação institucional identificadas pelo Detran/DF.
- 7.35.4. Com o objetivo de garantir maior aderência à realidade local e à economicidade da futura contratação, a pesquisa de mercado utilizada para embasar o presente ETP considerou contratos administrativos firmados por órgãos e entidades da Administração Pública do Distrito Federal, cujos objetos são similares ao pretendido.
- 7.35.5. Os percentuais utilizados foram extraídos diretamente dos contratos administrativos já firmados e publicados, após a devida negociação e homologação das respectivas licitações, em conformidade com o que preveem o art. 5º, inciso II da IN SEGES/ME nº 73/2020 e o art. 7º, inciso VIII do Decreto Federal nº 11.362/2023.
- 7.35.6. Também foi considerada a planilha “Anunciante do Poder Executivo Federal – Remuneração de Agências de Propaganda”, disponibilizada pela SECOM/PR em seu sítio na internet, por meio do endereço: (<https://www.gov.br/secom/pt-br/ acesso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/documentos/anunciantes-dopoder-executivo-federal-remuneracao-de-agencias-de-propaganda>), como referência complementar, com vistas à padronização e equilíbrio das condições ofertadas.
- 7.35.7. Adicionalmente, dados do mercado nacional foram referenciados, como o relatório do CENP (2022), que aponta a existência de 1.153 agências certificadas no território nacional. Contudo, o foco da presente análise concentrou-se nos contratos celebrados com órgãos sediados no Distrito Federal, cuja estrutura e demanda são mais compatíveis com a realidade institucional do Detran/DF.
- 7.35.8. Por fim, cumpre registrar que o edital estabelecerá critérios técnicos e operacionais compatíveis com a realidade do Distrito Federal, exigindo que as agências licitantes estejam aptas a atender à demanda local, podendo se adequar durante o período de implantação contratual, conforme previsto nas cláusulas editalícias.

7.36. **Contratações similares (IN 58/2022, art. 9º, III, “a”)**

- 7.36.1. Realizou-se a pesquisa de preços no âmbito do Distrito Federal abrangendo os contratos do Governo do Distrito Federal (176852639), da Assembleia Legislativa do Distrito Federal(176852177) do Termo de Referência do Banco de Brasília (176858836), e do Edital da Terracap (176858436)
- 7.36.2. Em se tratando da prestação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, a órgãos e entidades (anunciantes) do Poder Executivo, 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.
- 7.36.3. Extrai-se do enunciado constante do inciso II do art. 5º da Instrução Normativa SGEN/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 Federal que mantêm contrato com agências de propaganda.
- 7.36.4. 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.”
- 7.36.5. De acordo com o inciso VIII do art. 7º, do Decreto 11.362/2023, compete à Subsecretaria de Gestão e Normas coordenar o fornecimento de referências de remuneração de agências de propaganda e de preços de produtos e serviços de comunicação praticados pelos órgãos e pelas entidades integrantes do SICOM.
- 7.36.6. Assim, a SECOM, como órgão central do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (SICOM) base em prerrogativas a ela atribuídas pelo Decreto nº 6.555/2008 (art. 4º), disponibiliza a planilha contendo alguns dados relativos aos contratos vigentes dos Anunciantes do Poder Executivo Federal - Remuneração de Agências de Propaganda, bem como os respectivos percentuais pagos a cada serviço.
- 7.36.7. O objetivo das orientações prestadas pela SECOM é o de possibilitar que os anunciantes que realizam pesquisas de preços possam conferir maior efetividade na seleção dos percentuais praticados no mercado publicitário de anunciantes federais, a partir de serviços já definidos em seus editais de licitação ou de serviços previstos nos contratos que pretendem prorrogar. Destaca-se que tais orientações não visam subsidiar a definição dos próprios serviços que comporão a proposta de preços, mas, tão somente, a escolha ou definição dos percentuais.
- 7.36.8. Além disso, cabe esclarecer que os serviços constantes da planilha “Anunciante do Poder Executivo Federal – Remuneração são aqueles descritos no modelo de edital da SECOM. Por isso, os serviços descritos de Agências de Propaganda (Remuag)” nas colunas 22 e 23 (“Reutilização de peças em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos” e “Reutilização de peças em relação ao valor original dos direitos de cessão de uso de obras consagradas”) da planilha não são objeto de valoração nas propostas de preços de que tratam o modelo de edital mencionado. Fazem parte da política de preços adotada nos editais da SECOM, mas não são valorados para efeito de julgamento das propostas de preços.
- 7.36.9. Cabe informar, dada as peculiaridades desse tipo de contratação, que, diferentemente da compra de produtos industrializados, disponíveis no mercado para consumo, portanto, prontos e acabados, a oferta de preços na contratação de serviços publicitários, prestados pelas agências de propaganda, na forma de intermediação entre o anunciante e fornecedores de serviços especializados, é feita por meio de percentuais que incidirão sob os serviços prestados, justamente porque, nesse caso, os produtos (anúncios para revista, jornal, televisão, rádio etc.) ainda não estão prontos ou acabados: seus valores individuais ou detalhados só serão conhecidos após sua criação ou produção, a partir de um briefing que espelha a situação da ação publicitária pretendida. Por isso é que são pesquisados os percentuais praticados, não os preços individuais dos produtos.
- 7.36.10. Dessa forma, a verificação da compatibilidade e da adequabilidade dos percentuais de valoração das propostas de preços estabelecidos em cada edital com a prática de mercado leva em consideração as peculiaridades desse tipo de contratação, em razão das quais, listamos, abaixo, os critérios mais significativos:

- a) O valor dos contratos pesquisados deve estar próximo ao valor da contratação que se pretende efetuar ou do contrato a prorrogar. O valor da verba deve corresponder, em tese, ao volume de ações de publicidade a serem realizadas, representadas, sobretudo, pelo volume dos investimentos em veiculação;
- b) A área de atuação ou segmento dos anunciantes pesquisados, dentro do possível, deve guardar similaridade com a área de atuação

ou segmento do anunciante autor da pesquisa, a fim de que aos serviços prestados reflitam a complexidade ou o perfil das ações publicitárias do anunciante;

c) Os serviços constantes em cada edital ou contrato dos anunciantes autores da pesquisa devem corresponder aos serviços listados na planilha disponibilizada. Ainda que a descrição do serviço contido no instrumento convocatório ou no contrato do anunciante (autor da pesquisa) seja similar à do serviço elencado na planilha da SECOM, tais serviços devem ter a mesma finalidade;

d) A área geográfica onde é prestado o serviço, dentro do possível, deve ser a mesma (ou próxima), tendo em vista que, em tese, se a região onde é executado o contrato não for bem servida de agências de propaganda, essa carência pode implicar a oferta de percentuais mais altos na prestação do serviço, em comparação a praças bem servidas de agências de propaganda.

7.36.11. Com base nos critérios acima listados, o DETRAN/DF procedeu à seleção, na planilha “Anunciantes do Poder Executivo Federal – Remuneração de Agências, dos percentuais referentes aos serviços definidos, em harmonia com o que disciplina a Instrução Normativa de Propaganda” SEGES/ME nº 65/2021.

7.36.12. Sendo assim, num primeiro momento, foram selecionados como referência os contratos nº 185/2024 do Banco do Nordeste do Brasil; nº 01/2018 do Ministério da Educação; nº 24/2024 do Ministério das Comunicações e nº 01/2021 do Ministério dos Transportes. Isso porque os referidos contratos estão dentro da margem de 10 a 50 milhões, cujo percentual é o sugerido para definição do quantitativo de agências pela Secom/PR.

7.36.13. Tomamos por base o inciso VIII do art. 29, do Decreto nº 11.362/2023, cabe a Secom - orientar os órgãos e as entidades integrantes do SICOM sobre licitação para contratação de serviços de comunicação e de outros serviços relacionados com a comunicação. O mesmo Decreto versa sobre as competências da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República:

Art. 1º À Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, órgão essencial da Presidência da República, compete:

IX - coordenar, normatizar e supervisionar a publicidade e o patrocínio dos órgãos e das entidades da administração pública federal, direta e indireta, e das sociedades sob o controle da União;

Art. 7º. À Subsecretaria de Gestão e Normas compete:

III - validar, com o auxílio das demais unidades da Secretaria de Comunicação Social, as minutas de editais de licitação para a contratação de serviços de comunicação social, especialmente os de publicidade prestados por meio de agências de propaganda, os de comunicação digital, os de promoção ou live marketing e os de comunicação institucional, submetidas pelos órgãos e pelas entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM;

IV - orientar os gestores e os fiscais de contratos nos assuntos relativos à gestão e à fiscalização dos contratos relacionados a serviços de comunicação social, especialmente os de publicidade prestados por meio de agências de propaganda, os de comunicação digital, os de promoção ou live marketing e os de comunicação institucional, à supervisão da execução dos serviços e à avaliação periódica do desempenho das empresas contratadas pelos órgãos do SICOM;

V - coordenar a elaboração e a disponibilização de modelos de projeto básico, de termo de referência e de minutas de edital para a contratação de serviços de comunicação social, especialmente os de publicidade prestados por meio de agências de propaganda, os de comunicação digital, os de promoção ou live marketing e os de comunicação institucional, prestar consultoria aos órgãos e às entidades integrantes do SICOM nessas contratações e executar atividades relacionadas com licitações, contratos e instrumentos congêneres destinados a atender a Secretaria de Comunicação Social e, se necessário, os demais órgãos do SICOM nesses objetos e naqueles conexos;

VI - coordenar o fornecimento e realizar a gestão do banco de dados de referências de remuneração de serviços de comunicação social praticados pelos órgãos e pelas entidades integrantes do SICOM;

Art. 15. Ao Departamento de Publicidade compete:

VII - analisar e aprovar as minutas de editais de licitações para a contratação de serviços de publicidade prestados por meio de agências de propaganda submetidas à Secretaria de Comunicação Social pelos órgãos e pelas entidades integrantes do SICOM, em conjunto com a Subsecretaria de Gestão e Normas;

7.36.14. Para atender tais competências, a Secom elaborou as orientações constantes da INSTRUÇÃO NORMATIVA nº 01, de 19 de Junho de 2023, que disciplina a publicidade dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal e dá orientações complementares. Também a INSTRUÇÃO NORMATIVA nº 02, de 14 de setembro de 2023, que disciplina as licitações e os contratos de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda a órgão ou entidade do Poder Executivo Federal.

7.36.15. Portanto, existe a orientação aos órgãos integrantes do SICOM de utilizar a minuta de Edital elaborada pela SECOM/PR, que determina os procedimentos que devem ser adotados nos processos licitatórios do Poder Executivo Federal e visa auxiliar os órgãos e as entidades integrantes do SICOM, na contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda. Cabe aos órgãos e entidades adaptarem o modelo às respectivas expectativas e necessidades de comunicação, de forma a contemplar os conteúdos que atendem às suas especificidades, observadas as disposições legais e normativas que regem a contratação.

7.36.16. Assim, conforme exposto, inexistiu espaço para inclusão de metodologias, tecnologias e inovações para atendimento às necessidades, que já não estejam previstas nas normas e modelos da Secom. Caso a equipe técnica da licitação identifique a necessidade de adaptar qualquer item do modelo de Edital da Secom para atender às necessidades do órgão, além dos que já estão previstos, irá realizar em conformidade com as Leis e normativos vigentes e mediante aprovação da Secom.

7.37. **Consulta a potenciais contratadas (IN 58/2022, art. 9º, III, “b”)**

7.37.1. Conforme explanado acima, a contratação de serviços de publicidade dispensa a consulta a fornecedores, tendo em vista a consulta ao Remuag (176864301).

7.37.2. De modo complementar, também realizou-se a pesquisa de preços no âmbito do Distrito Federal abrangendo os contratos do Governo do Distrito Federal (176852639), da Assembleia Legislativa do Distrito Federal(176852177) do Termo de Referência do Banco de Brasília (176858836), e do Edital da Terracap (176858436)

7.38. **Descrição da solução como um todo**

7.38.1. 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 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”.

7.38.2. O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

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.

7.38.3. 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.

7.38.4. Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, acima descrito, o art. 3º da mesma lei torna passível de execução apenas àquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

7.38.5. Deste modo, pode-se afirmar que a contratação será operacionalizada nos moldes estabelecidos pelos padrões da SECOM, incluindo as atualizações resultantes do mais recente modelo de Edital da Secom.

7.39. **Julgamento final das propostas técnicas e de preços**

7.40. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei Federal nº 14.133/2021, para o critério de julgamento Melhor Técnica.

7.41. Serão consideradas vencedoras do julgamento final da concorrência:

7.41.1. As 2 (duas) licitantes que tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, que apresentarem proposta de preços nos termos do item 15 deste edital e sido devidamente habilitadas nos termos do item 19 deste edital.

7.42. **Estimativa das Quantidades a serem Contratadas**

7.42.1. A contratação de publicidade não abrange a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

7.42.2. 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 criatividade e a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

7.42.3. Ademais, o art. 5º da Lei nº 12.232/2010 estabelece a modalidade de licitação para contratação de serviços de publicidade, bem como define os tipos de licitação ‘melhor técnica’ ou ‘técnica e preço’ a ser adotado, sem margem de discricionariedade para o órgão licitante.

7.42.4. 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 da Lei nº 14.133/2021 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.

7.42.5. Além disso, por mais que se planeje campanhas de publicidade em consonância ao Plano Estratégico do DETRAN/DF, não é possível o 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.

7.42.6. Dessa forma, a contratante estima valores específicos para cada campanha, e fornece o briefing para as agências de publicidade, que deverão propor a linha criativa, com base nesses insumos.

7.43. **Estimativa do Valor da Contratação**

7.43.1. Valor: R\$ 38.000.000,00 (trinta e oito milhões de reais)

7.43.2. Conforme já explanado, a presente contratação não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual, mas apenas os percentuais referentes aos serviços definidos.

7.43.3. Dessa forma, no decorrer da execução contratual, o fornecimento de bens e serviços especializados exigirá a apresentação pelas agências contratadas de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, previamente cadastradas pela Secom, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei 12.232/2010.

7.43.4. Na contratação de veículos de comunicação e divulgação para distribuição das peças publicitárias desenvolvidas no âmbito de uma campanha, serão praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados, conforme disposto no art. 15 da mesma Lei.

7.43.5. As agências farão jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

7.43.6. Do valor do Desconto-Padrão, previsto no item 2.5 e 2.5.1 das Normas-Padrão do CENP (20%) concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, as agências de propaganda repassarão para o DETRAN no mínimo ¼ do valor do desconto, ou seja, 5%, conforme valor verificado em contratos semelhantes na administração pública.

7.43.7. De acordo com a SECOM, considera-se pertinente, dentro da razoabilidade possível, que a questão da definição do repasse seja objeto de disputa na licitação, com a inclusão de item para a Proposta de Preços, a partir desse percentual mínimo colhido por meio de pesquisa de mercado. Essa negociação é legítima e está prevista nas Normas-Padrão do CENP:

2.7 É facultado à Agência negociar parcela do “desconto padrão de agência” com o respectivo Anunciante, observados os preceitos estabelecidos nos itens 3.5 e 6.4 destas Normas-Padrão.

3.5 Nas transações entre Anunciantes e Agências tendo por objeto a parcela negociável do “desconto padrão de Agência”, adotar-se-ão como referência de melhor prática os parâmetros contidos no ANEXO “B” a estas Normas-Padrão.

6.4 É facultado à Agência negociar parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus com o respectivo Anunciante, observados os parâmetros contidos no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS, os quais poderão ser revistos pelo Conselho Superior das Normas-Padrão.

7.43.8. Para a fixação no edital de licitação do preço máximo a que o DETRAN/DF se propõe a pagar, serão considerados os percentuais de descontos e honorários ora praticados nos contratos vigentes, bem como os preços praticados por outros órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, em contratações com valores similares, conforme disposto no mapa estimativo de preços, em anexo.

7.43.9. Vale informar que os percentuais praticados pelo DETRAN/DF nos contratos vigentes são decorrentes de um certame com valor contratual inicialmente estimado em R\$ 38.000.000,00 (trinta e oito milhões de reais).

7.43.10. Importante, ainda, destacar que de acordo com o inciso VIII do art. 7º, do Decreto 11.362 /2023, compete à Subsecretaria de Gestão e Normas coordenar o fornecimento de referências de remuneração de agências de propaganda e de preços de produtos e serviços de comunicação praticados pelos órgãos e pelas entidades integrantes do SICOM.

7.43.11. Essa referência disponibilizada pela SECOM pode ser considerada como instrumento similar ao da previsão do inciso II do art. 5º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 65/2021, a qual dispõe que a pesquisa de preços será realizada mediante a utilização, por exemplo, de contratações similares de outros entes públicos. Assim, a pesquisa de preços acima foi realizada com base na planilha Anunciantes do Poder Executivo Federal - Remuneração de Agências de Propaganda, disponibilizada pela SECOM em seu sítio na internet.

7.44. **Formas de remuneração das agências**

7.44.1. As regras de remuneração das agências de propaganda a serem estabelecidas na presente contratação, acompanhando o disposto no artigo 6º., inciso V da Lei 12.232/2010, que estabelece que a Proposta de Preços conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, serão as seguintes:

1. honorários pela realização de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e pela reimpressão de peças publicitárias;
2. honorários pela produção e execução técnica de peça e material cuja distribuição/veiculação proporcione ou não, o desconto de agência;
3. honorários pela utilização de formas inovadoras em plataformas digitais, cuja execução não proporcione o desconto de agência;
4. honorários incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no inciso anterior, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não proporcione às licitantes o desconto de agências concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei n. 4.680/65, e
5. ressarcimento de custos internos no estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação e execução interna de peças e campanhas publicitárias, com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal;
6. desconto-padrão de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, com repasse de percentual desse desconto para o DETRAN/DF, conforme previsto no item 6.4 das Normas-Padrão do CENP e de acordo com o Anexo B das citadas Normas-Padrão.

7.44.2. Para instruir e adequar o processo de licitação à realidade econômica e financeira atual, o percentual de desconto sobre a tabela do Sinapro-DF deve ser de no mínimo 65%. Tal percentual é resultado da mediana obtida em pesquisa de mercado junto a agências contratadas pelos integrantes do SICOM, elencadas na planilha disponibilizada pela Secom no endereço <https://www.gov.br/secom/pt-br/acesso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/documentos/anunciantes-do-poder-executivo-federal-remuneracao-de-agencias-de-propaganda>, somados aos contratos do Governo do Distrito Federal. A tabela com os valores similares à contratação em tela constam na planilha anexa a este ETP.

7.44.3. Este desconto é uma prática do mercado das agências de propaganda para contratos com prazo de vigência superior a 1 (um) ano e a fixação de honorários sobre produção externa, que gerem ou não veiculação, no limite máximo de 15% sobre o custo da produção externa, conforme dispõem os itens 3.6, 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária. Conforme percentagem estipulada no Anexo "B" das Normas-Padrão do CENP, que poderá ser acessada por meio do link <https://www.cenp.com.br/banco-de-dados/2d6aae9d-7994-4e03-a088-9acd8c8d99c8>.

7.45. **Dos percentuais a serem aceitos no âmbito do certame:**

7.45.1. Os percentuais máximos de honorários a serem aceitos no âmbito do certames, bem como o percentual mínimo de repasse do desconto-padrão pelas agências para a SECOM, foram definidos a partir da Pesquisa de Preços constante deste processo (176864301), no sentido de que se inclua no processo justificativa, pesquisas, memórias de cálculo e documentação que fundamenta a definição dos honorários de 5,0% para os serviços de produção não atrelados a veiculações.

7.45.2. A pesquisa de preços foi realizada com base nos contratos vigentes dos entes do Governo do Distrito Federal (176852639), da Assembleia Legislativa do Distrito Federal(176852177) do Termo de Referência do Banco de Brasília (176858836), e do Edital da Terracap (176858436) e na planilha Anunciantes do Poder Executivo Federal - Remuneração de Agências de Propaganda, disponibilizada pela SECOM em seu sítio na internet, de acordo com previsão do inciso II do art. 5º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 73/2020, que dispõe que:

7.45.3. Art. 5º A pesquisa de preços para fins de determinação do preço estimado em processo licitatório para a aquisição e contratação de serviços em geral será realizada mediante a utilização dos seguintes parâmetros, empregados de forma combinada ou não:

...

II - aquisições e contratações similares de outros entes públicos, firmadas no período de até 1 (um) ano anterior à data de divulgação do instrumento convocatório;

7.45.4. Dessa forma, foram considerados, como referências na pesquisa de preços, os percentuais praticados pelo GDF e pela SECOM nos contratos vigentes, bem como os percentuais praticados por outros órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, em contratações com valores similares ao estimado para a presente contratação.

7.45.5. Com vistas a melhor fundamentar o estabelecimento do percentual máximo de honorários pela utilização de formas inovadoras em plataformas digitais a serem aceitos no âmbito do certame, considerando que, no âmbito do SICOM, foram identificadas quatro referências de preço, conforme tabela abaixo.

	Ministério dos Transportes (R\$ 14.966.123,00)	Ministério das Comunicações (R\$ 25.000.000,00)	Ministério da Educação (R\$ 27.472.536,00)	Banco do Nordeste (R\$ 30.000.000,00)	Terracap (R\$ 14.400.000,00)	Banco de Brasília (R\$ 25.000.000,00)	Câmara Legislativa do Distrito Federal (R\$ 35.600.000,00)	Governo do Distrito Federal (R\$ 160.000.000,00)
Desconto concedido pela agência - Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela agência com base na tabela de preços do sindicato local	100%	67%	10%	0%	65%	100%	90%	65%
Repasse de parte do desconto da agência ao órgão ou entidade	5%	1/4	1/4	6%	5%	5%	1/4	¼

Serviços que NÃO proporcionam o desconto concedido pelo veículo à agência	0	4,4%	8%	4,1%	5%	5%	3,5%	5%
Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento	0%	2,4%	1%	3,8%	3%	3%	2%	3%
Criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias	0%	1,8%	1%	12,5%	3%	3%	2%	3%

7.45.6. Dessa forma, considerando como referência o valor de R\$ 38.000.000,00 (Trinta e Oito Milhões de Reais), que corresponde ao valor contratual inicialmente pactuado pelo DETRAN/DF, entende-se pertinente estabelecer os seguintes honorários como percentuais máximos a serem aceitos no âmbito do certame como regra de remuneração de agência de propaganda:

1. percentual de desconto mínimo de 65%, a ser concedido ao DETRAN/DF, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal – Sinapro-DF, referentes a peça e o material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
2. honorários máximos de 4,5% pela renovação de direitos autorais, pela realização de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e pela reimpressão de peças publicitárias;
3. honorários máximos de 5,0% pela produção e execução técnica de peça e material cuja distribuição/veiculação não proporcione o desconto de agência;
4. honorários máximos de 3,0% pela utilização de formas inovadoras de comunicação publicitária, cuja execução não proporcione o desconto de agência; e
5. percentual mínimo de repasse ao DETRAN de ¼ ou 5% (cinco por cento), correspondente à parcela do desconto-padrão (20%) concedido pelos veículos de comunicação e divulgação às agências de propaganda, referente à compra de tempo e espaço, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

7.46. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

7.46.1. A Lei nº 12.232/2010 assim conceitua os serviços de publicidade:

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade 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.

(...)

7.46.2. Sendo assim, a própria conceituação do objeto proposto pressupõe a integralidade das atividades de publicidade.

7.46.3. Ainda, conforme previsto no §3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, bem como no art. 68, IV, da IN SECOM/PR nº 01/2023, 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.

7.46.4. A decisão de não fragmentar a execução da publicidade do Governo Federal entre agências 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.

7.46.5. Em vista do exposto, a Administração tem a discricionariedade de definir, apenas, se os serviços objeto da licitação serão adjudicados a apenas uma ou mais de uma agência.

7.46.6. Contudo, considerando a necessidade do DETRAN/DF, o orçamento previsto para a presente contratação, as orientações da Secom/PR por meio da Instrução Normativa nº 01/2023, bem como a estimativa de campanhas a serem realizadas, a Assessoria de Comunicação entende que o objeto deve ser adjudicado a 02 (duas) agências de publicidade.

7.47. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

7.47.1. 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 ASCOM e para a composição da estratégia de comunicação social do DETRAN/DF.

7.47.2. Contudo, a licitação ora proposta não tem relação de dependência com outras contratações, podendo ser licitada e contratada separadamente.

7.48. **Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento**

7.48.1. A contratação de serviços de publicidade pelo Departamento de Trânsito do Distrito Federal está devidamente alinhada às diretrizes e objetivos institucionais estabelecidos no seu Plano Estratégico 2024–2030 (176732675). A necessidade da demanda decorre da função estratégica da comunicação institucional para alcançar resultados de interesse público, notadamente na promoção da segurança viária, educação para o trânsito e valorização da imagem institucional da Autarquia.

7.48.2. O Planejamento Estratégico identifica como objetivos estratégicos centrais:

- Conscientizar o cidadão de seu papel para um trânsito seguro, com iniciativas voltadas à intensificação das campanhas educativas de trânsito;
- Fortalecer a imagem da Autarquia, por meio da elaboração e implementação de um plano de comunicação do Detran/DF;
- Implementar as melhores práticas de comunicação e de processos internos, como previsto no eixo de Processos Internos, com foco em governança, integridade e transparência.

7.48.3. Adicionalmente, conforme dispõe o § 1º do art. 12 e o art. 18 da Lei nº 14.133/2021, bem como o art. 4º da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023, a presente contratação encontra-se regularmente prevista no Plano de Contratações Anual – PCA (176732261) do Detran/DF, conforme demanda previamente registrada e priorizada pela unidade requisitante.

- ITEM 14296 - Serviço de publicidade e propaganda institucional, Prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação 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 e ao direito à informação, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral e, quando couber, de promover a venda de bens ou serviços.

7.49. **Benefícios a serem alcançados com a contratação**

7.49.1. 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.

7.49.2. Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, o DETRAN/DF pretende desempenhar sua missão e competências institucionais através do planejamento e execução de campanhas para disseminar de forma eficaz os conteúdos da pasta junto à sociedade. Tal eficiência se dá em decorrência da melhor qualidade técnica dos serviços prestados e da tempestividade promovida pelas características dos procedimentos envolvidos no escopo do serviço prestado. Ressalta-se para esse fim, a qualidade que se espera das agências contratadas, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias para apoiar a atuação do órgão, no enfrentamento dos desafios institucionais vivenciados no dia a dia.

7.49.3. As agências de propaganda contratadas serão responsáveis pela intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados para produção e execução das peças e materiais publicitários desenvolvidos no decorrer da execução contratual, bem como da contratação dos inúmeros veículos de comunicação e divulgação utilizados para disseminação das mensagens. Essa característica gera tempestividade e assertividade na divulgação das mensagens do órgão, priorizando atingir seus objetivos de comunicação, buscando impactar os públicos-alvo 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 espaços publicitários exíguos.

7.49.4. A Assessoria de Comunicação do DETRAN/DF também contará com a expertise técnica da agência de propaganda no apoio às equipes internas do órgão para proposição das estratégias de comunicação mais adequadas para composição do planejamento de comunicação da pasta. Ao desenvolver uma comunicação governamental mais assertiva, por seu caráter publicitário, o DETRAN/DF rentabilizará o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos.

7.49.5. Dessa forma, com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, a Ascom/DETRAN pretende agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação do Governo do Distrito Federal, trazendo maior transparência aos atos de governo, além de contribuir para maior efetividade do exercício da cidadania pela população, o que caracterizará o correto cumprimento de sua missão institucional.

7.50. **Providências a serem Adotadas**

7.50.1. Não é necessária a elaboração de cronograma para adequação de ambientes do órgão visando o início da execução dos serviços.

7.50.2. Em princípio, a contratação nos moldes propostos apresenta peculiaridades que a diferencia dos demais contratos de prestação de serviços, especialmente quanto à gestão e fiscalização contratual, que deve estar adequada às normas de publicidade da Secom.

7.50.3. Portanto, cumpre ressaltar que, em conjunto com o setor de recursos humanos do DETRAN/DF, deverão ser providenciados cursos relacionados a fiscalização e gestão contratual, especialmente relacionados a contratos de publicidade, caso haja o entendimento de que há necessidade de capacitação dos servidores nesse sentido, buscando sempre o aprimoramento do controle dos serviços.

7.51. **Sanções Administrativas**

7.51.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações previstas no edital ou assumidas no contrato, sem justificativa aceita pela Administração, poderá ensejar a aplicação das sanções administrativas previstas nos **arts. 155 a 163 da Lei Federal nº 14.133/2021**, bem como nas disposições do **Decreto Distrital nº 44.330, de 31 de agosto de 2023**, que regulamenta a nova Lei de Licitações no âmbito da Administração Direta, Autárquica e Fundacional do Distrito Federal.

7.51.2. A aplicação das sanções de natureza pecuniárias e restritivas de direito pelo cumprimento das normas previstas no edital e dos contratos dele decorrente, bem como pela prática das condutas tipificadas na Lei 14.133/2021, também obedecerão às prescrições do Decreto 26.851/2006 e alterações posteriores.

7.51.3. O descumprimento total ou parcial das disposições do Edital ou das obrigações assumidas nos contratos, sem justificativa aceita pelo Contratante, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes nos termos da minuta do Contrato.

7.52. **Possíveis Impactos Ambientais**

7.52.1. Possíveis impactos ambientais não se aplicam tendo em vista a natureza dos produtos e serviços a serem contratados. Todavia, na prestação dos serviços de publicidade, a licitante vencedora deverá respeitar as normas e princípios ambientais, trabalhando sempre para minimizar ou mitigar efeitos de possíveis danos ao meio ambiente. Para tanto, a empresa deve se valer de tecnologias e materiais ecologicamente corretos e que prezam pela sustentabilidade.

7.52.2. Além disso, a empresa vencedora deverão observar, no que couber, os critérios e práticas de sustentabilidade ambiental, contidos na

Instrução Normativa nº 01/2010, da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação do então Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, atual Ministério da Economia, e no Decreto nº 7.746/2012 e adotar boas práticas de otimização de recursos e redução de desperdícios, no que couber.

7.52.3. Deverá ser incluído no Contrato, na cláusula da obrigação das contratadas, que as mesmas, na execução dos serviços, contribuam para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável no cumprimento de diretrizes e critérios de sustentabilidade ambiental de acordo com o art. 225 da Constituição Federal/88, em conformidade com a Lei nº 14.133/2021 e com o art. 6º da Instrução Normativa SLTI/MPOG nº 01, de 19 de janeiro de 2010.

7.53. **Resultados pretendidos**

7.53.1. Demonstrativo de resultados pretendidos em termos de economicidade e de melhor aproveitamento dos recursos humanos, materiais ou financeiros disponíveis:

- 7.53.1.1. · Transparência à divulgação das ações do DETRAN/DF
- 7.53.1.2. · Atender prontamente os serviços de comunicação do DETRAN/DF.
- 7.53.1.3. · Amplo conhecimento à sociedade das políticas públicas e programas do DETRAN/DF;
- 7.53.1.4. · Divulgar os direitos dos cidadãos, das empresas do setor da trânsito e dos serviços colocados à sua disposição;
- 7.53.1.5. · Disseminar informações corretas sobre assuntos de interesse público na área da trânsito;
- 7.53.1.6. · Conscientizar a sociedade sobre a saúde pública, assistência social; segurança, educação; meio ambiente e áreas afins;
- 7.53.1.7. · Fortalecer a imagem institucional do DETRAN/DF;
- 7.53.1.8. · Disponibilizar informações pertinentes às atividades do DETRAN/DF;
- 7.53.1.9. · Busca de qualidade e melhores custos para a realização de atividades acessórias de comunicação;
- 7.53.1.10. · Uniformização de procedimentos para realização de atendimentos aos públicos da contratante;
- 7.53.1.11. · Eficiência e especialização das atividades decisórias e estratégicas de comunicação;
- 7.53.1.12. · Melhoria contínua na abordagem e na sistematização da comunicação social, com vistas ao alcance de maior eficiência e eficácia no setor;
- 7.53.1.13. · Promoção do suporte logístico e operacional necessário para a realização das ações de comunicação, sem necessidade de contratação individualizada para cada situação que necessite este suporte.
- 7.53.1.14. · Análise de dados com base em ferramentas e conhecimentos técnicos das mídias, inclusive digitais.

7.53.2. 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.

7.53.3. Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, o DETRAN/DF pretende desempenhar sua missão e competências institucionais através do planejamento e execução de campanhas para disseminar de forma eficaz os conteúdos da pasta junto à sociedade. Tal eficiência se dá em decorrência da melhor qualidade técnica dos serviços prestados e da tempestividade promovida pelas características dos procedimentos envolvidos no escopo do serviço prestado. Ressalta-se para esse fim, a qualidade que se espera das agências contratadas, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias para apoiar a atuação do órgão, no enfrentamento dos desafios institucionais vivenciados no dia a dia.

7.53.4. As agências de propaganda contratadas serão responsáveis pela intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados para produção e execução das peças e materiais publicitários desenvolvidos no decorrer da execução contratual, bem como da contratação dos inúmeros veículos de comunicação e divulgação utilizados para disseminação das mensagens.

7.53.5. Essa característica gera tempestividade e assertividade na divulgação das mensagens do órgão, priorizando atingir seus objetivos de comunicação, buscando impactar os públicos-alvo 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 espaços publicitários exíguos.

7.53.6. A Assessoria de Comunicação do DETRAN/DF também contará com a expertise técnica das agências de propaganda no apoio às equipes internas do órgão para proposição das estratégias de comunicação mais adequadas para composição do planejamento de comunicação da pasta. Ao desenvolver uma comunicação governamental mais assertiva, por seu caráter publicitário, o DETRAN/DF rentabilizará o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos.

7.53.7. Dessa forma, com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, o DETRAN/DF pretende agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação do Governo do Distrito Federal, trazendo maior transparência aos atos de governo, além de contribuir para maior efetividade do exercício da cidadania pela população, o que caracterizará o correto cumprimento de sua missão institucional.

Do modelo de gestão dos contratos

O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133/2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão dos contratos, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

As comunicações entre a CONTRATANTE e as CONTRATADAS devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

O DETRAN/DF poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

Após a assinatura do contrato, o DETRAN/DF poderá convocar o representante das empresas Contratadas para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução das Contratadas, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

7.54. **Fiscalização**

7.54.1. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo fiscal do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Decreto Distrital n.º 44.330/2023).

7.54.2. Fiscalização Técnica (Decreto Distrital n.º 44.330/2023)

Art. 24. Caberá ao fiscal técnico do contrato e, nos seus afastamentos e seus impedimentos legais, ao seu substituto, em especial:

- I - prestar apoio técnico e operacional ao gestor do contrato com informações pertinentes às suas competências;
- II - anotar no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados;
- III - emitir notificações para a correção de rotinas ou de qualquer inexatidão ou irregularidade constatada, com a definição de prazo para a correção;
- IV - informar ao gestor do contato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem a sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso;
- V - comunicar imediatamente ao gestor do contrato quaisquer ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas estabelecidas;
- VI - fiscalizar a execução do contrato para que sejam cumpridas as condições estabelecidas, de modo a assegurar os melhores resultados para a administração, com a conferência das notas fiscais e das documentações exigidas para o pagamento e, após o ateste, que certifica o recebimento provisório, encaminhar ao gestor de contrato para ratificação;
- VII - comunicar ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à renovação tempestiva ou à prorrogação contratual;
- VIII - participar da atualização do relatório de riscos durante a fase de gestão do contrato, em conjunto com o fiscal administrativo e com o setorial, conforme o disposto no inciso VII do caput do art. 23;
- IX - auxiliar o gestor do contrato com as informações necessárias, na elaboração do documento comprobatório da avaliação realizada na fiscalização do cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, conforme o disposto no inciso VIII do caput do art. 23; e
- X - realizar o recebimento provisório do objeto do contrato referido no art. 27, mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter técnico.

7.54.3. **Fiscalização Administrativa (Decreto Distrital n.º 44.330/2023)**

Art. 25. Caberá ao fiscal administrativo do contrato e, nos seus afastamentos e seus impedimentos legais, ao seu substituto, em especial:

- I - prestar apoio técnico e operacional ao gestor do contrato, com a realização das tarefas relacionadas ao controle dos prazos relacionados ao contrato e à formalização de apostilamentos e de termos aditivos, ao acompanhamento do empenho e do pagamento e ao acompanhamento de garantias e glosas;
- II - verificar a manutenção das condições de habilitação da contratada, com a solicitação dos documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário;
- III - examinar a regularidade no recolhimento das contribuições fiscais, trabalhistas e previdenciárias e, na hipótese de descumprimento, observar o disposto em ato do Secretário de Planejamento, Orçamento e Administração do Distrito Federal;
- IV - atuar tempestivamente na solução de eventuais problemas relacionados ao descumprimento das obrigações contratuais e reportar ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência;
- V - participar da atualização do relatório de riscos durante a fase de gestão do contrato, em conjunto com o fiscal técnico e com o setorial, conforme o disposto no inciso VII do caput do art. 23;
- VI - auxiliar o gestor do contrato com as informações necessárias, na elaboração do documento comprobatório da avaliação realizada na fiscalização do cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, conforme o disposto no inciso VIII do caput do art. 23; e
- VII - realizar o recebimento provisório do objeto do contrato referido no art. 27, mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter administrativo.

7.54.4. **Gestor do Contrato (Decreto Distrital n.º 44.330/2023)**

Art. 23. Caberá ao gestor do contrato e, nos seus afastamentos e seus impedimentos legais, ao seu substituto, em especial:

- I - coordenar as atividades relacionadas à fiscalização técnica, administrativa e setorial, de que tratam os incisos II, III e IV do caput do art. 21;
- II - acompanhar os registros realizados pelos fiscais do contrato das ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, e informar à autoridade superior aquelas que ultrapassem a sua competência;
- III - acompanhar a manutenção das condições de habilitação do contratado, para fins de empenho de despesa e de pagamento, e anotar os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais;
- IV - coordenar a rotina de acompanhamento e de fiscalização do contrato, cujo histórico de gerenciamento deverá conter todos os registros formais da execução, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, e elaborar relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração;
- V - coordenar os atos preparatórios à instrução processual e ao envio da documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de que trata o inciso I do caput do art. 21;
- VI - elaborar o relatório final de que trata a alínea “d” do inciso VI do § 3º do art. 174 da Lei nº 14.133, de 2021, com as informações obtidas durante a execução do contrato;
- VII - coordenar a atualização contínua do relatório de riscos durante a gestão do contrato, com apoio dos fiscais técnico, administrativo e setorial;
- VIII - emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado em indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, a constarem do cadastro de ateste de cumprimento de obrigações conforme disposto em regulamento;
- IX - realizar o recebimento definitivo do objeto do contrato referido no art. 27, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais; e
- X - tomar providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor competente para tal, conforme o caso.

7.55. **Repassa de valores a fornecedores e veículos**

7.55.1. Com vistas a evitar eventuais questionamentos relativos a pagamentos efetuados pelo DETRAN/GDF e não repassados tempestivamente pelas contratadas a fornecedores de serviços especializados e veículos, importante estabelecer o prazo de 5 (cinco) dias úteis, após o recebimento da ordem bancária do contratante à agência bancária pagadora, para que as contratadas comprovem a efetivação dos pagamentos.

7.56. **Outras obrigações das contratadas**

7.56.1. É conveniente acrescentar entre as obrigações das contratadas as três cláusulas seguintes não previstas no modelo de Edital SECOM/PR:

- a) zelar para não incorrer em prática de atos que atentem contra o patrimônio público nacional ou estrangeiro, contra os princípios da administração pública ou contra os compromissos internacionais assumidos pelo Brasil, conforme definidos no art. 5º da Lei nº 12.846/2013;
- b) não tolerar ou compactuar com qualquer comportamento considerado corrupto, como o pagamento e/ou a cooperação com qualquer forma de suborno, a emissão ou aceitação de notas e faturas falsas, entre outros;
- c) observar, durante toda a execução do objeto do contrato, as diretrizes estabelecidas para a promoção dos recursos de acessibilidade previstos nas normas vigentes.

7.57. **Estrutura de atendimento em Brasília**

7.57.1. Considerando a natureza estratégica, intelectual e contínua dos serviços de publicidade institucional a serem contratados, torna-se imprescindível que a agência vencedora disponha, no âmbito do Distrito Federal, de estrutura mínima de atendimento presencial, devidamente capacitada para garantir a celeridade nas interações, o acompanhamento das demandas com alto grau de complexidade e a adequada execução dos serviços.

7.57.1.1. A exigência de instalação local com equipe técnica qualificada visa:

7.57.1.2. Assegurar respostas rápidas e alinhadas às peculiaridades da comunicação institucional do Detran/DF;

7.57.1.3. Permitir interlocução direta, presencial e tempestiva com as unidades requisitantes da Autarquia, dada a frequência e urgência das demandas de mídia e campanhas educativas;

7.57.1.4. Viabilizar reuniões estratégicas de planejamento e ajustes operacionais em tempo hábil, sobretudo considerando o dinamismo das ações de trânsito e o impacto direto à segurança viária e ao interesse público.

7.57.2. Dessa forma, exige-se que a contratada comprove, em até 30 (trinta) dias após a assinatura do contrato, que possui sede, filial ou escritório operacional ativo no Distrito Federal, com a seguinte equipe mínima, cujas funções são essenciais para o cumprimento adequado do objeto contratual:

a) 2 (dois) profissionais de atendimento, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 8 (oito) anos na área;

b) 1(um) profissional de planejamento, com experiência, no mínimo, comprovada de 10 anos na área;

c) 1 (um) diretor de criação, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 10 (dez) anos na área;

d) 2 (dois) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área;

e) 2 (dois) profissionais de mídia, nível sênior, com experiência comprovada a partir de 8 (oito) anos na área; e

f) 1 (um) profissional de análise de dados (business intelligence), nível sênior, com experiência comprovada a partir de 5 (cinco) anos na área.

7.58. **Declaração de Viabilidade**

7.58.1. Esta equipe de planejamento declara viável esta contratação.

7.59. **Justificativa da Viabilidade**

7.59.1. Diante de toda a análise desenvolvida no estudo preliminar, considerando as competências atribuídas no Documento de Designação da Equipe de Planejamento, a contratação mostra-se viável em termos de disponibilidade de mercado, forma de prestação dos serviços, competitividade do mercado, não sendo observados óbices ao prosseguimento da presente contratação no formato indicado.

7.59.2. Vale ressaltar, que excetuando a Instrução Normativa SEGES/MPOG nº 05, de 26 de maio de 2017, regulamentada no DF pelo Decreto Distrital nº 38.934/2018, as demais Instruções Normativas do Governo Federal citadas neste Estudo somente poderão ser utilizadas como parâmetro para confecção dos artefatos da futura licitação (página 8 e 19 do Parecer Jurídico nº 279/2025 - PGDF/PGCONS). Lembrando que as diretrizes do ETP e da pesquisa de mercado deverão ser utilizadas as regras contidas no Decreto Distrital nº 44.330/2023.

"Brasília - Patrimônio Cultural da Humanidade"
SEPS 713/913 BLOCO D - Bairro ASA SUL - CEP 70390-135 - DF
Telefone(s): 3448-3944
Sítio - www.detran.df.gov.br



Documento assinado eletronicamente por **MARCU ANTÔNIO DE SOUZA BELLINI - Matr.1724906-6, Diretor(a)-Geral do Departamento de Trânsito do Distrito Federal**, em 23/09/2025, às 12:12, conforme art. 6º do Decreto nº 36.756, de 16 de setembro de 2015, publicado no Diário Oficial do Distrito Federal nº 180, quinta-feira, 17 de setembro de 2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site:
http://sei.df.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0verificador=182304013 código CRC= CA072A05.

"Brasília - Patrimônio Cultural da Humanidade"
SEPS 713/913 BLOCO D - Bairro ASA SUL - CEP 70390-135 - DF
3448-3944